

Netzwerk »Das Versprechen der Märkte« (Hg.)

Marktgeschehen

Fragmente einer Geschichte frühneuzeitlichen Wirtschaftens

campus

Marktgeschehen

Das von der DFG finanzierte Netzwerk »Das Versprechen der Märkte« entwickelt neue Perspektiven auf die Wirtschaftskulturgeschichte der Frühen Neuzeit; es vereint Forschende aus der Kultur-, Wirtschafts- und Sozialgeschichte, Wissenschaftsgeschichte sowie Literaturwissenschaft.

Eva Brugger, Dr. phil., ist SNF-Ambizione-Stipendiatin an der Universität Zürich.

Alexander Engel, PD Dr. phil., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Departement Geschichte der Universität Basel.

Christof Jeggle, Dr. phil., ist Historiker in Bamberg.

Tim Neu, Dr. phil., ist Assistenzprofessor am Institut für Geschichte der Universität Wien.

Netzwerk »Das Versprechen der Märkte« (Hg.)

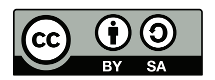
Eva Brugger, Alexander Engel, Christof Jeggle, Tim Neu (Red.)

Marktgeschehen

Fragmente einer Geschichte
frühneuzeitlichen Wirtschaftens

Campus Verlag
Frankfurt/New York





ISBN 978-3-593-51597-7 Print
ISBN 978-3-593-45134-3 E-Book (PDF)
DOI 10.12907/978-3-593-51597-7

Erschienen bei Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main.

Umschlaggestaltung: Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main
Umschlagmotiv: »De Dam«, Gemälde nach einer Druckgrafik von Jacob van der Ulft (1653)
© Amsterdam Museum
Satz: le-tex xerif
Gesetzt aus der Alegreya
Druck und Bindung: Beltz Grafische Betriebe GmbH, Bad Langensalza
Beltz Grafische Betriebe ist ein klimaneutrales Unternehmen (ID 15985-2104-1001).
Printed in Germany

www.campus.de

Inhalt

Schluss

Anhang

Vorwort

Das vorliegende Buch ist als Gemeinschaftswerk aus dem wissenschaftlichen Netzwerk »Das Versprechen der Märkte. Neue Perspektiven auf die Wirtschaftskulturgeschichte der Frühen Neuzeit« hervorgegangen, das von Tina Asmussen, Eva Brugger und Tim Neu gegründet und von 2017 bis 2022 von der Deutschen Forschungsgemeinschaft gefördert wurde. Zum Netzwerk gehören:

Tina Asmussen
Christina Brauner
Eva Brugger
Alexander Engel
Muriel González Athenas
Christof Jeggle
Simon Karstens
Felix Krämer
Peter Kramper
Heinrich Lang
Christian Meierhofer
Tim Neu
Magnus Ressel
Friederike Scholten-Buschhoff

Martin Bühler gehörte dem Netzwerk bis 2020 an und hat in dieser Zeit wichtige Beiträge aus wirtschaftssoziologischer Perspektive geleistet. Unsere Netzwerktreffen haben in Berlin, Bochum, Frankfurt am Main und Göttingen stattgefunden. Dass wir uns dort ganz auf die inhaltliche Diskussion und die Vernetzung konzentrieren konnten, haben wir den Organisator:innen der Treffen, Tina Asmussen, Alexander Engel, Tim Neu und Magnus Ressel, zu verdanken. Auch haben wir maßgeblich davon pro-

fitiert, dass sich immer wieder Kolleg:innen bereitfanden, als Gäste an den Netzwerktreffen teilzunehmen und mit uns zu diskutieren. Insbesondere Monika Dommann (Zürich), Mark Häberlein (Bamberg) und Sandra Maß (Bochum) danken wir herzlich für ihre Anregungen.

Zudem hatten wir erfreulicherweise die Gelegenheit, unsere gemeinsame Arbeit 2019 sowohl im Rahmen der *13. Arbeitstagung der Arbeitsgemeinschaft Frühe Neuzeit im Verband der Historiker und Historikerinnen Deutschlands* in Rostock als auch des *3. Kongresses für Wirtschafts- und Sozialgeschichte* in Regensburg jeweils in Form einer eigenen Sektion präsentieren und mit dem Fachpublikum diskutieren zu dürfen. Wir schätzen uns sehr glücklich, dass wir für diese Sektionen Ulrich Pfister (Münster) und Simon Teuscher (Zürich) als Kommentatoren gewinnen konnten.

Unser Dank gilt ebenfalls Jürgen Hotz, der sich als zuständiger Lektor beim Campus Verlag für unser Projekt begeistern ließ, und Yael Kälin, die maßgeblich an der Manuskriptgestaltung beteiligt war. Die administrative Organisation des Netzwerks übernahmen Tina Asmussen und Tim Neu. Vor allem Heike von Hagen von der Ruhr-Universität Bochum hat sie dabei sehr entlastet und beim Abrufen der Projektmittel und der Erstattung der Reisekosten vorausschauend unterstützt.

Die interdisziplinäre Zusammensetzung des Netzwerks wie das kollaborative Schreiben der Texte waren lohnenswert, aber auch herausfordernd. Damit aus Vielem Eins wurde, brauchte es zahlreiche Textkommentierungen, Bearbeitungsrunden und Gespräche. Hierbei unterstützte Tina Asmussen die Redaktion, die für dieses Buch verantwortlich zeichnet. Die Redaktion bildeten Eva Brugger, Alexander Engel, Christof Jeggle und Tim Neu.

Im Dezember 2022, für das Netzwerk

Eva Brugger, Alexander Engel, Christof Jeggle und Tim Neu



Einführung

The Curious Cases of Dorothy Wordsworth

Im Jahr 1820 bereisten der englische Dichter William Wordsworth, seine Frau Mary und seine Schwester Dorothy für mehr als drei Monate den europäischen Kontinent. Ausgehend von London erreichte die Reisegruppe nach Stationen in Dover, Calais, Veurne, Gent, Brüssel und Namur am 19. Juli Lüttich, das zu diesem Zeitpunkt zum Königreich der Vereinigten Niederlande gehörte. Dorothy Wordsworth führte während dieser Zeit ein Tagebuch. Im Eintrag zum Aufenthalt in Lüttich schildert sie ausschließlich den Besuch des städtischen Marktes:

»My first entrance into the market-place brought a shock of cheerful sensation. It was like the bursting into life of a Flemish picture. Such profusion of fruit! such outspreading of flowers! and heaps of vegetables! and such variety in the attire of the women! A curious and abundant fountain, surrounded with large stone basins, served to wash and refresh the vegetables. Torrents of voices assailed us while we threaded our way among the fruit and fragrant flowers; bouquets were held out to us by half a score of sunburnt arms at once. The women laughed – *we* laughed, took one bouquet, and gave two sous, our all. [...] Left Liège about 9 o'clock – were recognised and greeted by many of the women at their stalls as we passed again through the market-place«.[1]

Der Marktbesuch begeistert Dorothy, sie ist überwältigt von der Überfülle an Waren, vor allem Blumen, Obst und Gemüse. In ihrer kurzen Schilderung treten verschiedene Aspekte hervor: Dorothy scheint zuerst von der generellen Neugierde einer Reisenden getrieben zu sein, die den Markt einfach nur als interessanten Ort besichtigt. Sie wird aber sogleich fasziniert vom bunten und vielfältigen Angebot, dem Brunnen als praktischer Infrastruktur zum Erhalt der Qualität der verderblichen Waren und den unterschiedlich gekleideten Verkäuferinnen, wobei die vermutlich gutbürgerlich blasse englische Lady die sonnengebräunten Arme der Verkäuferinnen und damit einen typischen ständischen Unterschied zwischen Käuferinnen und Ver-

käuferinnen erwähnt. Letztendlich hat das Werben einer der Verkäuferinnen Erfolg, Dorothy besichtigt den Markt nicht nur, sondern wird zur Teilnehmerin, indem sie einen der dargebotenen Sträuße erwirbt. Den entrichteten Betrag vermerkt sie buchhalterisch genau. Die Verkäuferinnen zeigen sich zufrieden, dass eine von ihnen im Wettbewerb um die Gunst der Kundin erfolgreich war, und zusammen wird über den erfolgreichen Abschluss der Transaktion gelacht.

Der Eintrag sagt jedoch nicht nur etwas über den Lütticher Markt aus, sondern auch über die Tagebuchschreiberin selbst: Wenn die gebildete Engländerin etwa eingangs festhält, der Markt gleiche einem zum Leben erwachten flämischen Gemälde, dann zeigt sich darin, dass sie den ihr fremden Marktplatz nicht voraussetzungslos betrat, sondern vielmehr mit Vorannahmen und Erwartungen, die sie offenbar unter anderem aus der Kenntnis von Marktdarstellungen in der Malerei gebildet hatte. Zwar lässt sich nicht feststellen, welche einschlägigen Gemälde Dorothy kannte, aber der *Groentemarkt* von Joachim Beuckelaer kommt den Marktdarstellungen, die ihr vorschwebten, als sie den Vergleich zog, wahrscheinlich sehr nahe.



Abbildung 1: Der »Groentemarkt« (*Joachim Beuckelaer, Groentemarkt (1567), Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen*)

Dorothy organisiert ihre konkrete Erfahrung des Lütticher Marktes also unter anderem mittels konzeptioneller Schemata aus einer Bildtradition, für welche die Darstellung von opulent mit Lebensmitteln bestückten Marktständen und von der Sonne gebräunten bäuerlichen Verkäuferinnen ohnehin typisch ist. Mehr noch, der Tagebucheintrag macht diesen Zusammenhang durch die Erwähnung des »Flemish picture« auch noch explizit, was die positiv gestimmte Darstellung von Überfluss, Warenfülle und ständischer Eintracht noch weiter verstärkt.[2] Einzelne Bezugnahmen dieses Tagebuchseintrags, wie etwa der Verweis auf die flämische Malerei, sind heutigen Leser:innen vielleicht nicht unmittelbar verständlich. Lobpreisungen, dass uns Märkte – sei es in konkreter oder in abstrakter Form – Warenfülle, Auswahl und Genuss versprechen, sind uns dagegen wohlvertraut.

Jenseits dieser positiven Wertschätzung erfährt man über den Markt als solchen allerdings nur vergleichsweise wenig. Vor dem Hintergrund der allseitigen Ausstellung und Anpreisung der Waren kommt es plötzlich wie aus dem Nichts zu einem einzelnen Kaufereignis. Erkennbar wird damit immerhin erstens die funktionale Grundkonfiguration eines Marktes als *Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage*: Die Lütticher Marktfrauen bieten Blumen und Lebensmittel in Hülle und Fülle an, die englischen Tourist:innen fragen einen einzelnen Blumenstrauß nach.[3] Zweitens lässt sich der Schilderung die für Märkte typische *Verwendung von Zahlungsmitteln* entnehmen; es werden keine Waren getauscht, sondern Waren mit Geld gekauft, hier ein Blumenstrauß für zwei Sous.[4] Viel mehr gibt es nicht zu entdecken. Das ist jedoch nicht weiter verwunderlich, da hier eine gelingende Marktteilnahme beschrieben wird und im Erfolgsfall typischerweise die Ermöglichungsbedingungen des Erfolgs nicht thematisiert werden – hier also all jene Bedingungen, die erfüllt sein mussten, damit es zum Kauf des Blumenstraußes kommen konnte.[5] In Situationen des Scheiterns hingegen sinken die Thematisierungsschwellen,[6] weil die Akteur:innen dann motiviert sind, die Ermöglichungsbedingungen in den Blick zu nehmen, um den unerwünschten Ausgang thematisieren zu können. Scheitern, Krisen und Konflikte sind für die historischen Akteur:innen Probleme, für Historiker:innen hingegen vor allem Erkenntnischancen. So auch im Fall von Dorothy Wordsworth, die mehr als zwei Jahrzehnte vor der ›heiteren‹ Episode in Lüttich eine ganz anders geartete Markterfahrung machen musste.

Auch in diesem Fall bildete eine Reise auf den Kontinent den Kontext: Mitte September 1798 hatte das Geschwisterpaar Dorothy und William

Wordsworth zusammen mit dem Dichter Samuel Taylor Coleridge und einem gewissen John Chester London verlassen, um sich in Yarmouth über Cuxhaven und Altona nach Hamburg einzuschiffen. Die freie Reichsstadt an der Elbe sollte eigentlich nur eine Durchgangsstation sein, doch als sich die Organisation der Weiterreise in die Länge zog, begann Dorothy die fremde Umgebung zu erkunden – und ihre Erlebnisse zu notieren. Für Freitag, den 29. September, hielt sie Folgendes fest:

»Sought Coleridge at the bookseller's, and went to the Promenade. [...] All the Hamburgers full of Admiral Nelson's victory. Called at a baker's shop. Put two shillings into the baker's hands, for which I was to have had four small rolls. He gave me two. I let him understand that I was to have four, and with this view I took one shilling from him, pointed to it and to two loaves, and at the same time offering it to him. Again I took up two others. In a savage manner he half knocked the rolls out of my hand, and when I asked him for the other shilling he refused to return it, and would neither suffer me to take bread, nor give me back my money, and on these terms I quitted the shop«.[7]

Zunächst wird klar, dass der Markt als Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage gerade kein ›Platz‹ im Sinne eines Marktplatzes sein muss, der an genau einer Stelle raumzeitlich lokalisiert ist.[8] Vielmehr bilden die über Hamburg verteilten Bäckerläden einen ebenso raumzeitlich ›verteilten‹, aber nichtsdestoweniger funktional, also bezogen auf das Problem des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage, integrierten Ort.[9] Dies zeigt sich vor allem daran, dass Dorothy offenbar vom Bestehen eines allgemeinen Hamburger Marktpreises für Brötchen ausgeht, denn sonst würde sie wohl kaum erwarten und darauf bestehen, in dem ihr aller Wahrscheinlichkeit nach unbekannten Bäckerladen (»Called at *a* baker's shop«) für zwei Schilling genau vier Brötchen kaufen zu können.[10] Ob sich diese Erwartungshaltung eigenen Vorerfahrungen mit dem Hamburger Backwarenmarkt oder der Information durch Dritte verdankt, kann hier dahingestellt bleiben. Entscheidend ist, dass Dorothy nicht mit dem individuellen Bäcker handeln, sondern zu einem von ihr angenommenen Hamburger Marktpreis kaufen will.

Dieses Vorhaben scheitert jedoch vollständig. Die Stimmung ist alles andere als heiter. Statt mit freundlich lachenden Blumenverkäuferinnen hat es Dorothy in Hamburg mit einem angeblich zutiefst betrügerischen Bäcker zu tun, der sie ihrer Meinung nach übervorteilen will und gar handgreiflich wird, als sie sich nicht fügt. Ein Kauf kommt nicht zustande, mehr noch, Dorothy verliert sogar einen Schilling, ohne im Gegenzug auch nur ein einziges Brötchen zu erhalten. Gerade die empörte Schilderung dieses Scheiterns

ist jedoch aus geschichtswissenschaftlicher Sicht erkenntnisreich, denn sie thematisiert anhand der Hindernisse und Missverständnisse mittelbar auch die lebensweltlichen Selbstverständlichkeiten gelingender Marktteilnahme: Grundlegend sind dabei vor allem Mittel und Wege kommunikativer Verständigung, ist es doch leicht vorstellbar, dass die Situation auch deshalb so schnell eskalierte, weil Wordsworth und der Bäcker keine gemeinsame Sprache hatten und sich dementsprechend nur über Gesten verständigen konnten. Weiterhin sind verallgemeinerte wechselseitige Verhaltenserwartungen und das Vertrauen auf deren Erfüllung ganz offenbar von zentraler Bedeutung, denn sonst wäre nicht zu erklären, weshalb Dorothy dem ihr zuvor unbekannten Bäcker zwei Schilling in die Hand drückte, ohne im direkten Gegenzug ihre gewünschte Menge an Brötchen zu erhalten.[11]

Aber nicht nur die sozialen Beziehungen müssen im Hinblick auf die Rollen ›Käufer:in‹ und ›Verkäufer:in‹ belastbar ausgeprägt sein,[12] sondern auch die materiellen Elemente – Waren und Zahlungsmittel – müssen in dieser Situation als hinreichend standardisiert vorausgesetzt werden: Unabhängig davon, ob zwei Schillinge nun vier oder nur zwei Brötchen erlösen, in beiden Fällen ›stimmt‹ der Preis nur, wenn alle davon ausgehen oder überprüfen können, dass sowohl die Münzen echt sind als auch die Brötchen den etablierten Vorstellungen dieser Ware entsprechen, etwa ein bestimmtes Gewicht aufweisen.[13] Marktförmige Vergesellschaftung ist also alles andere als selbstverständlich, sondern in einem hohen Maße voraussetzungsreich, wie das Scheitern des Brötchenkaufs in Hamburg klar belegt.[14] Und damit ist die allgemeine Frage nach den Voraussetzungen und Ermöglichungsbedingungen von Märkten aufgeworfen.[15]

Die Betrachtung des Hamburger Erlebnisses von Dorothy Wordsworth wirft die Frage nach den allgemeinen Voraussetzungen gelingender Märkte auf. Zur Beantwortung dieser Frage aber, so wird man häufig hören, kann die Betrachtung solcher konkreter Episoden kaum oder nichts beitragen, an ihnen lässt sich praktisch fast nichts über Märkte im Allgemeinen lernen. Diese Position wird nun mutmaßlich deshalb so häufig (wenngleich ebenso häufig implizit) vertreten, weil sie merkwürdigerweise von gleich zwei sehr grundlegenden Sichtweisen auf das Marktphänomen nahegelegt wird, die sich ansonsten wechselseitig ausschließen.

Entweder wird ›der Markt‹ als *generischer Ort* beschrieben, als ein transhistorisches, universales und damit rein formales Prinzip der Allokation, als »etwas Naturgegebenes – eine direkte Ableitung der von Adam Smith postulierten ›natürlichen Neigung des Menschen, zu handeln und Dinge gegen-

einander auszutauschen‹«.[16] In dieser besonders von der Wirtschaftswissenschaft geprägten Sicht gibt es aus der Hamburger Episode nichts zu lernen. Denn der Markt als Prinzip kommt hier nicht richtig zur Geltung, eigentlich sogar zu keinerlei Wirkung, wechseln doch keine Brötchen den Besitzer. Aber das ist nicht entscheidend: Selbst, wenn Dorothy die Bäckerei mit vier Brötchen verlassen hätte, dann wäre die ganze Episode darum herum doch nur eine Irritation, die in keiner Weise charakteristisch für marktförmige Vergesellschaftung wäre, sondern der glatten Verwirklichung des Prinzips bloß entgegenstand. Mit einer solchen Antwort wäre man jedoch, so ließe sich zum Zwecke der Zuspitzung im Anschluss an eine ältere Theoriedebatte formulieren, in eine *formalistische Falle* getappt.[17]

Oder aber der Markt erscheint als etwas unmittelbar und substanziell Selbständiges und bis in das frühe 19. Jahrhundert dann vor allem als ein *individueller Ort*, meist zudem im Sinne von ›Marktplatz‹. Dann kann man zwar den von Konsument:innen und Bäcker:innen am Ende des 18. Jahrhunderts gebildeten Hamburger Brötchenmarkt in seinen Eigenheiten detailliert rekonstruieren, aber man kommt nie zu verallgemeinerbaren Einsichten, sondern betreibt gleichsam »Schmetterlingssammeln«[18] und bestaunt schöne Einzelexemplare. Damit schnappt eine *substantivistische Falle* zu, und es lassen sich weder Verbindungen zwischen historischen Marktformen noch zur Gegenwart mehr herstellen.

Formalismus und Substantivismus gelten zwar als überholte Kategorien, und kaum ein Forschungsbeitrag zur Geschichte, Soziologie oder Anthropologie des Marktes würde sich heute noch explizit dieser Label bedienen. Gleichwohl kann man mit guten Gründen der Meinung sein, dass die in den 1950er und 1960er Jahren ausgetragene Kontroverse zwischen Formalisten und Substantivisten bis heute exemplarischen Wert hat, weil in ihrem Zentrum ein allgemeines wissenschaftstheoretisches Problem steht, das es nicht ein für alle Mal zu lösen, sondern mit dem es produktiv umzugehen gilt – das Problem von Universalismus und Relativismus.[19] Für solche Umgangsweisen müsste im Feld der historischen Kulturwissenschaften gelten, so ließe sich mit Caroline Arni fordern, dass »Unterschiede unter Menschen weder universalistisch annulliert noch in einer relativistischen Multiplikation einander unkenntlich gemacht werden«.[20] Bezogen auf den hier fokussierten Gegenstand ist daher zu fragen, wie man einen Markt im Singular als *spezifischen Ort* erforschen und beschreiben kann, also als Ort mit einer *spezifischen Historizität*, die aber gleichzeitig auch als *spezifische Differenz* im Rahmen einer vergleichenden und auf Verallgemeinerung abzielenden Erforschung

von Märkten im Plural gelesen werden kann.[21] Allerdings gibt es auf diese Frage keine einfache und definitive Antwort, weshalb die Frage hier vor allem als Aufforderung zu »Suchbewegungen« verstanden wird, wie sie beispielsweise von Christof Dejung, Monika Dommann, Daniel Speich Chassé und anderen in dem 2014 erschienenen Sammelband *Auf der Suche nach der Ökonomie* unternommen worden sind.[22]

Indem man etwa Dorothys Erlebnisse in Lüttich und Hamburg – aus unterschiedlichen Zeiten und Räumen, aus unterschiedlichen Marktkontexten – zusammenstellt, denkt man bereits über die substantivistische Antwort in ihrer engsten Form hinaus. Dorothy kauft den Strauß, wohl spontan und ungeplant, sie bekommt aber keine Brötchen, obwohl dies ihr Plan war. Es mögen die situativen Umstände sein, die den jeweils unterschiedlichen Ausgang erklären, und doch wirft das konkrete Gelingen oder Nichtgelingen der Marktteilnahme die Frage nach möglicherweise verallgemeinerbaren Voraussetzungen auf – eine Frage, die man grundsätzlich für alle möglichen Märkte stellen kann. Je mehr Episoden auf und in Märkten, über Märkte und um sie herum man in den Blick nimmt, desto weniger überzeugen die beiden scheinbar so naheliegenden Lösungen. Je mehr Episoden versammelt werden, desto mehr verweisen sie aufeinander und umso mehr entfernt man sich von der substantivistischen Falle. Und gleichzeitig entfernt man sich von der formalistischen Falle, denn mit der Anzahl der Episoden steigert sich auch die empirische Vielfalt. Es besteht also die begründete Hoffnung, einen Weg zu historischen Märkten finden zu können, der nicht in eine der beiden Fallen führt.

Diesen Weg zu gehen, haben wir uns in diesem Buch aufgemacht. ›Wir‹, das sind die Mitglieder des Netzwerks »Das Versprechen der Märkte«, 14 Forscher:innen aus Geschichts- und Literaturwissenschaften, die sich zusammengefunden haben, um gemeinsam zu Märkten in einer weit verstandenen Frühen Neuzeit bis in das 19. Jahrhundert zu arbeiten.[23] Und weil wir tatsächlich miteinander, gelegentlich auch gegeneinander, immer aber aufeinander bezogen gedacht und geschrieben haben, ist diese Einführung in der Wir-Form verfasst und stellt nicht nur das Anliegen des Bandes vor, sondern gibt auch Einblicke in unseren Arbeitsprozess. In der Kurzfassung lässt sich unser Zugang folgendermaßen beschreiben: *Wir stellen die Selbstverständlichkeit »des Marktes« in Frage, wir fokussieren konkretes Geschehen und wir tun dies in Form einer Fragmentsammlung*. Was heißt das konkret?

Die Perspektive: Selbstverständliches fraglich machen

Formalismus und Substantivismus erweisen sich als Fallen, weil sie auf die Frage, unter welchen Voraussetzungen Märkte möglich sind, verlockend leichte Antworten als Köder anbieten. Um die Fallen zu umgehen, ist es also in einem ersten Schritt notwendig, nicht auf die Köder hereinzufallen, und das Mittel dazu ist das »Fraglichmachen und Infragestellen dessen, was sich als fraglose und selbstverständliche Wahrheit ausgibt«.[24] Denn es sind in der Tat unhinterfragte und sich von selbst verstehende Vorannahmen lebensweltlicher und wissenschaftlicher Art, die das verlockende Potential der Antwort-Köder ausmachen: Postuliert die formalistische Position eine allen Menschen gemeinsame »propensity to truck, barter, and exchange one thing for another«[25] (Adam Smith), so stellt für den Substantivismus jedes »ökonomische System« eine vollständig historisch-individuelle »Funktion der gesellschaftlichen Organisation dar«[26] (Karl Polanyi). Diese Vorannahmen sind zuallererst in Frage zu stellen, denn erst, wenn sie als fraglich eingeklammert sind, kann die Ausgangsfrage nach den Voraussetzungen historischer Märkte und ihrer Spezifik überhaupt erst *als Frage* fest- und offengehalten werden.

Indem wir auf diese Weise eine radikal fragende Ausgangsposition einnehmen, gewinnen wir zunächst vor allem Anschluss an die kulturgeschichtliche Forschung, denn das Fraglichmachen ist der »Fremdmachung« (Carlo Ginzburg) – dem wohl »grundsätzliche[n] Instrument«[27] einer weit verstandenen Kulturgeschichte – eng verwandt. Schon Edmund Husserl setzte einen solchen Zusammenhang voraus, als er schrieb, der Phänomenologe müsse »das Selbstverständliche als fraglich, als rätselhaft ansehen«,[28] und Clifford Geertz, der zu den wichtigsten Stichwortgebern der Kulturgeschichte gehört, erhob im unmittelbaren Kontext seiner vielzitierten Fassung des Kulturbegriffs auch »das Deuten gesellschaftlicher Ausdrucksformen, die zunächst rätselhaft scheinen«,[29] ausdrücklich zum Programm. Unser Ausgangspunkt ist damit grundsätzlich geeignet, im Hinblick auf historische Märkte einen für historisches Forschen grundlegenden Prozess in Gang zu bringen – »sich die Vergangenheit zu entfremden und wieder anzueignen«.[30]

Gleichzeitig ist das radikale Fraglichmachen und Einklammern von Vorannahmen kein Allheilmittel, im Gegenteil: Erkenntnistheoretisch ist es nämlich unmöglich, alle perspektivierenden Voraussetzungen außer Kraft zu setzen – es gibt keinen unmittelbar-direkten Blick auf Wirklichkeiten,

seien es nun historische oder gegenwärtige. Es reicht also nicht, von den formalistischen und substantivistischen Perspektiven abzusehen. Für einen eigenen Blick auf den Markt benötigen wir darüber hinaus, im Anschluss an Stefan Hirschauer, »eine theoretische Optik, um das unendliche Feld des Erfahrbaren zu strukturieren«.[31]

Der Fokus: Vom Markt als Ort zum Markt als Ort des Geschehens

Welche theoretische Optik aber sollen wir nun wählen? Hier kommen wir noch einmal auf Hirschauer zurück: Der notwendigen ›theoretischen Optik‹ entspricht eine ebenso »notwendige empirische Hintergrundbeleuchtung, in deren Licht eine verallgemeinernde Aussage erst zu einer sinnhaltigen Aussage wird«.[32] Anders gesagt: Nicht jeder theoretische Ansatz ist für jedes empirische Material gleich gut geeignet, weil jede Theorie, wenn sie nicht ohnehin zur Erklärung einer bestimmten Empirie, dann doch immerhin im Hinblick auf eine solche entworfen wurde, mithin auf eben diese ›eingestimmt‹ ist. Und daher ist es auch trotz der grundsätzlich zu begrüßenden eklektischen Ausrichtung der historischen Kulturwissenschaften nicht sinnvoll, in theoretischer Hinsicht einem neuen *anything goes* das Wort zu reden – ›theoretische Optik‹ und ›empirische Hintergrundbeleuchtung‹ müssen hinreichend zueinander passen.

Nun hat unter anderem Norbert Elias schon früh darauf hingewiesen, dass zu erforschende Phänomene allein dadurch, dass sie mit einem Substantiv bezeichnet werden (›der Markt‹), eine eigentümliche Gegenständlichkeit gewinnen (es heißt nicht umsonst ›Forschungs-Gegenstände‹), hinter der prozessuale und relationale Aspekte leicht verschwinden können. Daher empfahl er, dass die Forschung »Begriffe, die den Prozesscharakter der Gesellschaften und ihrer verschiedenen Aspekte mit einschließen, als Bezugsrahmen für die Erforschung irgendeines gegebenen gesellschaftlichen Zustandes nutzt«.[33] Hier besteht nun eine Passung zum bisher betrachteten historisch-empirischen Material, denn sowohl in Lüttich als auch in Hamburg sehen wir in Dorothy Wordsworths Darstellungen eher marktförmige Prozesse und Vollzüge, die zwar an einem Ort stattfinden, der aber vor allem als ein *Ort des Geschehens* erscheint. Es waren nun solche Passungen, aufgrund derer wir für unsere gemeinsame Arbeit eine theoretische Optik gewählt haben, die den Markt vornehmlich *als konkre-*

tes Geschehen fokussiert. Mit Blick auf die oben aufgeworfene Frage nach den Voraussetzungen gelingender Märkte ist *Marktgeschehen* dabei nicht auf konkrete ›Marktbesuche‹ wie jene der Dorothy Wordsworth begrenzt, sondern weiter und umfassender zu verstehen. Es geht uns ausdrücklich nicht in positivistischer Manier um das in Quellen konkret Geschilderte; vielmehr ist ›konkretes Geschehen‹ – auch wenn das zunächst kontraintuitiv klingen mag – ein theoretischer und damit allgemeiner Begriff, der dazu dient, in Auseinandersetzung mit dem historischen Material vergangene, raumzeitlich situierte Vollzüge darstellend zu vergegenwärtigen.[34]

Wir verstehen diesen Fokus sehr allgemein als eine Art ›Suchoptik‹, die uns dabei hilft, das historische Material im Hinblick auf Vollzüge und Vorgänge zu strukturieren, nicht jedoch als eine fertig ausgearbeitete Methode. Und daher werden wir auch erst im →Schluss die Frage aufgreifen, ob die Ergebnisse unserer gemeinsamen Arbeit in theoretisch-methodischer Hinsicht zu einer Praxeologie des Marktes verallgemeinert werden können. Hier geht es zunächst darum, unser Projekt mit der Wahl einer solchen ›Suchoptik‹ in eine schon länger andauernde Entwicklung der Kulturwissenschaften einzuschreiben, für die eine Verschiebung des Erkenntnisinteresses von Gegenständen und Zuständen zu den Arten und Weisen ihrer Hervorbringung kennzeichnend ist – vom Produkt zur Praxis.[35] Peter Burke hat diese Entwicklung durch eine Reihe von Gegensatzpaaren veranschaulicht: »Geschichte der religiösen Praxis statt Theologie, Geschichte des Sprechens statt Geschichte der Sprache, Geschichte des Experiments statt Geschichte der wissenschaftlichen Theorie«.[36] Übertragen auf unser Projekt: Geschichte des Marktgeschehens statt Geschichte des Marktes.[37]

Das Format: Fragmente sammeln

Der wissenschaftliche Text ist kein schlichter Behälter, der mit fertigen Forschungsergebnissen befüllt wird. Er ist vielmehr ein elementarer Bestandteil des Forschungsprozesses selbst, er »ist das funktionale Äquivalent eines Laboratoriums. Er ist eine Stätte für Versuche, Experimente und Simulationen«.[38] Wie schon Theorie und Empirie, so lassen sich auch Textform und Forschungsgegenstand nicht völlig unabhängig voneinander wählen. Es braucht ein Format, das geeignet ist, konkretes Marktgeschehen zur Darstellung zu bringen – ein Format, das für die Ereignishaftigkeit von Voll-

zügen und Vorgängen sensibel ist. Hier folgen wir in einem ersten Schritt Reinhart Koselleck, der davon ausging, »daß ›Ereignisse‹ nur erzählt, ›Strukturen‹ nur beschrieben werden können«.[39] Auch wenn Erzählung und Beschreibung in der Praxis der historischen Darstellung in vielfältiger Weise aufeinander bezogen sind, worauf Koselleck selbst hinwies, so besteht doch eine starke Affinität zwischen Forschungsgegenständen, die über »ein Minimum an Vorher und Nachher konstituiert«[40] sind, und der Darstellungsform der Erzählung. Und daraus folgt, dass auch Marktgeschehen zunächst einmal *erzählt* werden muss, um die Frage nach den Voraussetzungen und Funktionsweisen von Märkten empirisch einzukreisen.

Wichtig ist hier ein doppelter Plural: Dieser Band versammelt *verschiedene, kürzere Texte*, die jeweils *unterschiedliches Marktgeschehen* erzählend beobachten. Das heißt erstens, dass wir nicht ›das frühneuzeitliche Marktgeschehen‹ in den Blick nehmen, sondern eine heterogene Vielfalt einzelner *Marktgeschehnisse* im Kontext einer weit verstandenen Frühen Neuzeit. Die in den Beiträgen behandelten Episoden stammen aus den eigenen Forschungen der jeweiligen Netzwerkmitglieder, die Auswahl ist damit kontingent, und so erhebt dieser Band auch keinen systematischen oder enzyklopädischen Anspruch. Darüber hinaus und zweitens nimmt der Band die einzelnen Texte nicht für eine übergreifende Deutung in Beschlag. Zwar stellen die Texte füreinander Kontexte dar (und sind dementsprechend durch Querverweise miteinander vernetzt), aber die Darstellung eines *konkreten, raumzeitlich situierten Geschehens* lässt sich eben nicht umstandslos verallgemeinern und verliert erheblich an analytischem Potential, wenn sie mit anderen solchen Darstellungen in den Rahmen einer übergreifenden Geschichte gepresst wird.[41]

Aber auch wenn synthetisierende Verallgemeinerung kein gangbarer Weg ist, um einen Gesamtzusammenhang zu stiften, so wollen wir auf einen solchen auch nicht ganz verzichten. Daher haben wir uns für das Experiment einer *Fragmentsammlung* entschieden. Wir schließen dabei vor allem an die Überlegungen von Friedrich Schlegel an, der maßgeblich daran beteiligt war, das Fragment als Kunst- und Schreibform zu etablieren, und konkretisieren an drei zentralen Zitaten, welche Folgerungen wir aus diesen für unsere gemeinsame Arbeit ziehen.[42]

»Ein Fragment muß gleich einem kleinen Kunstwerke von der umgebenden Welt ganz abgesondert und in sich selbst vollendet sein wie ein Igel«.[43] Unsere Fragmente sind kurze, aber dennoch selbständige Texte. Sie konzentrieren sich darauf, konkrete Vollzüge oder Vorgänge erzählend dar-

zustellen, die sich auf oder in Märkten oder um Märkte herum ereigneten. Im Sinne dieser Fokussierung sind die präsentierten Kontextinformationen auf das Nötigste beschränkt, eine Auseinandersetzung mit anderen Forschungsansätzen findet in den Fragmenten nicht statt, sondern wird gesammelt im →Schluss vorgenommen. Der Fokus auf das kleine, in sich abgeschlossene Kunstwerk zeigt sich auch visuell in diesem Buch: Jedem Fragment ist eine Zwischenseite mit einem Detailausschnitt eines Gemäldes aus den 1650er Jahren vorangestellt, das den Amsterdamer Marktplatz in stilisierter Form darstellt und auf eine Druckgrafik von Jacob van der Ulft zurückgeht. Zweifellos spielt sich nicht alles Marktgeschehen direkt sichtbar auf einem Marktplatz ab, die präsentierten Details korrespondieren daher mal mehr, mal weniger mit dem folgenden Fragmenttext, sie sind stets unabhängig voneinander zu verstehen.

»[J]e mehr Fragm[ente] gegeben werden, je weniger Monotonie, und je mehr Popularität. Die Menge muß es machen«.[44] Das volle Potential fragmentarischen Schreibens entfaltet sich erst durch die Sammlung möglichst vieler Fragmente und damit aus der Spannung, die sich aus dem Zusammen-Hängen eigentlich abgesonderter Fragmente ergibt: eine Spannung, die wir dadurch noch verstärken wollen, dass wir die Fragmente rein additiv in alphabetischer Reihenfolge der Titel zusammengehängt und damit absichtlich weder chronologisch noch räumlich, noch thematisch angeordnet haben (→Tableau).[45] Weiterhin haben wir uns nicht nur darum bemüht, möglichst viele Fragmente zu versammeln, sondern auch möglichst viele Autorschaften. Dieses Ziel haben wir durch kollektives Schreiben zu erreichen versucht: Jedes Fragment ist von mindestens zwei Autor:innen mit unterschiedlichen fachlichen Hintergründen und Forschungsschwerpunkten gemeinsam verfasst und weist daher eine individuelle Kollektivautorschaft auf.

»Mein Zweck war 1) die größte Masse von Gedanken in dem kleinsten Raum 2) επιδειξις [*epideixis*] von Universalität«.[46] Eine Menge von Autor:innen-Teams hat also eine Menge von Fragmenten geschrieben. Aber was genau meint das ›es‹ in »Die Menge muß es machen«? Wozu der Aufwand? Entscheidend ist hier die Formulierung ›*epideixis* von Universalität‹. *Epideixis* meint ›Zurschaustellung‹ oder auch ›Demonstration‹. Die Idee ist also, dass das Fragment trotz (oder vielleicht sogar: gerade wegen) seiner Bruchstückhaftigkeit in der Lage ist, etwas über das Ganze auszusagen, von dem es ein (Bruch-)Teil ist – so wie jede Detailszene des Amsterdamer Marktplatzes ein (Bruch-)Teil des ganzen Gemäldes ist. Dieses Ganze ist in unserem Fall

natürlich nicht die allumfassende Universalität Schlegels, sondern die ›kleine‹, zeitlich auf die weit verstandene Frühe Neuzeit und räumlich auf Europa und seine globalen Kontaktzonen beschränkte Universalität der Voraussetzungen und Ermöglichungsbedingungen von Märkten. Ob es uns jedoch gelingt, in den Fragmenten auf diese Weise wirklich die ›größte Masse von Gedanken‹ zu entfalten, ob die ›kleinen‹ Erzählungen konkreter Vollzüge und Vorgänge in der Lage sind, allgemeine Voraussetzungen und Funktionsweisen frühneuzeitlichen Markgeschehens anschaulich aufzuweisen, das müssen letztlich die Leser:innen entscheiden.

Wir halten es unterdessen mit Siegfried Kracauer, der davor warnte, »in unangemessenen Synthesen zu schwelgen«, und stattdessen empfahl, »sich auf Großaufnahmen zu konzentrieren und von ihnen aus beiläufig auf das Ganze zu gehen, das in Form von Aperçus zu veranschlagen ist«.[47] Die Großaufnahmen finden sich in den nun folgenden Fragmenten, die aufs Ganze gehenden Aperçus im →Schluss.

Tim Neu / Eva Brugger / Alexander Engel / Christof Jeggle

Tableau

Bewerben

Auf Märkten versammeln sich Menschen um Waren. Aber warum sind sie dort? Wie finden sie zusammen? Dinge werden zu Waren, indem man auf sie aufmerksam macht, sie bewertet und zu begehrten, auf einem Markt verfügbaren Dingen erklärt. Werbepraktiken erweitern den Markt zu einem Kommunikationsraum, über die räumlichen und zeitlichen Grenzen des physischen Marktgeschehens hinaus.

Buchführen

Märkte sind nicht nur Präsenzveranstaltungen. Transaktionen, Zahlungsversprechen und vereinbarte Warenlieferungen werden mittels Buchhaltungspraktiken verschriftlicht, koordiniert und archiviert. Die beteiligten Akteur:innen nehmen sich wechselseitig als Marktteilnehmer:innen wahr und kommunizieren aus dem Datenverarbeitungsprozess heraus miteinander.

Form finden

Wie sieht eine Ware aus? An jedes auf einem Markt nachgefragte Gut sind Vorstellungen einer sinnlich prüfbaren äußeren Form und seiner Herkunft geknüpft, womit Erwartungen hinsichtlich seiner Eigenschaften verbunden sind. Solche Zuordnungen müssen sich im Marktgeschehen etablieren und bewähren. Es ist das Marktgeschehen selbst, in dem sich eine Ordnung der Dinge herausbildet und verdichtet.

Gewinne begrenzen

Das Streben nach Gewinn gilt als Motor der Wirtschaft, seine rechtliche Begrenzung hingegen als Bremse. Der Blick auf konkretes Marktgeschehen zeigt jedoch, dass Preisbildung das Ergebnis komplexer Abwägungsprozesse ist und sowohl das Gewinnstreben als auch die ›freie‹ Preisbildung eine Rolle spielen.

Kaufen

Normative Literatur entwirft Kaufen als raumzeitlich und sozial zentriertes Geschehen. Tatsächlich vollzieht sich Kaufen jedoch oft auf eine ›verteilte‹ Art und Weise: Auswählen und Abrechnen können zeitlich getrennt voneinander und/oder an verschiedenen Orten stattfinden, und zudem sind nicht immer alle Akteur:innen in alle Teilpraktiken involviert.

Konservieren

Die Verderblichkeit von Waren macht deren Verkauf zur Herausforderung. Insbesondere für Lebensmittel bedarf es produktspezifischer Lösungen. Nur mit Hilfe verschiedener Konservierungspraktiken, die den Transport von Waren über räumliche und zeitliche Distanzen hinweg möglich machen, kann das Marktgeschehen ausgedehnt und verstetigt werden.

Marktwissen drucken

Der Buchdruck eröffnet dynamische Märkte, denn er macht Wissen reproduzier-, diskutier- und verteilbar. Gelehrte Autoren können im Buchmarkt eine dreifache Rolle einnehmen: Sie produzieren Inhalte, kaufen sie und geben der Reflexion über Märkte im Druckmedium eine materielle, zirkulierbare Form.

Preisbildung beeinflussen

Vermehrtes Angebot senkt den Preis, vermehrte Nachfrage steigert ihn. In dieser mechanistischen Auffassung sind alle Marktteilnehmer:innen automatisch an einer objektiven Preisbildung beteiligt. Konkretes Marktgeschehen zeigt etwas anderes: Marktteilnehmer:innen wissen selbstreflexiv um

die preisbildende Wirkung ihres Angebots bzw. ihrer Nachfrage und bringen sich bedacht wie taktisch in den Markt ein.

Privilegieren oder boykottieren

Auf Märkten konkurriert nicht jede:r gegen jede:n. Tatsächlich bilden Marktteilnehmer:innen häufig Koalitionen, um sich knappe Güter und Absatzchancen zu sichern. Gerade in der Fremde bilden Kaufleute durch »Nationen«, Sprachen oder Konfessionen definierte Gruppen, die sich um die Gunst der Obrigkeiten, um Monopole und Privilegien bemühen.

Produzieren und argumentieren

Die Umstände, unter denen Waren für den Verkauf auf Märkten hergestellt werden, bergen Konfliktstoff. Arbeits- und Produktionsverhältnisse können ebenso beklagt werden wie Geruchs- und Geräuschemissionen. Umstrittene Herstellungskontexte werden von den Produzent:innen immer wieder mit Zwängen gerechtfertigt, die vorgeblich durch die Einbindung in Märkte entstehen.

Prognostizieren

Wer am Markt Gewinne erzielen möchte und aufgrund der Unsicherheit äußerer Einflüsse Verluste riskiert, muss eine Vorstellung davon haben, wie sich Preise und Marktlagen entwickeln. Diese Prognosen basieren auf dem Identifizieren von Mustern verschiedenster Art, die zurückliegende Erfahrungen über die Gegenwart hinaus in die Zukunft fortführen.

Reibereien vorbeugen

Eine Markttransaktion anzubahnen, hinreichend spezifisch zu verabreden und abzuschließen ist kompliziert. Was so alles schiefgehen kann! Auf Märkten werden daher Regeln und Normen formuliert sowie Akteur:innen eingesetzt, die als unparteiische »sichtbare Hand« das Konfliktpotential von Transaktionen reduzieren sollen.

Terminieren und koordinieren

Märkte müssen als Präsenzveranstaltungen zeitlich und kalendarisch koordiniert werden, damit räumliche Entfernungen zwischen den Marktplätzen überwunden und die einzelnen Orte für die Akteur:innen pünktlich zu erreichen sind. Das schafft eine Konkurrenz zwischen verschiedenen Marktorten und führt zu Konflikten bei der Suche nach dem günstigsten Termin.

Transportieren

Wie gelangen Waren auf Märkte? Ohne den Transport, seine Infrastrukturen, Fortbewegungsmittel, Aufbewahrungsweisen und Logistik sind Märkte undenkbar. Transportvorgänge fließen als Vorleistungen in die Preisbildung ein. Mit ihrem Leistungsangebot konkurrieren die Spediteure aber auch selbst um potenzielle Kund:innen.

Verbieten und verknappen

Verbotspraktiken wie das Zensieren führen nicht zwingend dazu, dass Waren unverfügbar sind. Die Versuche, das Angebot zu verknappen, indem man Produktion, Verkauf oder Weiterverkauf von Waren kontrolliert, können umgekehrt zu einer gesteigerten Nachfrage und zum Ausloten möglicher neuer Märkte führen.

Verbriefen

Waren, Arbeit, Land oder Geld können direkt ge- und verkauft werden. Indem man das abstrakte Verfügungsrecht über sie ›verbrieft‹, können sie aber auch zum Gegenstand von Wertpapierhandel auf sekundären Märkten werden. Kapitalkräftige Akteure machen auf diese Weise das in Waren oder Produktionsfaktoren gebundene Kapital mobiler und gewinnen so zusätzliche Hebelkräfte.

Verlosen, verschießen, versteigern

Wie erzeugt man schnell und effektiv Nachfrage? Oftmals gelingt das, indem Marktteilnehmer:innen ihr Angebot mittels eines unterhaltsamen Ereignis-

ses vermarkten, das mit Spiel- oder Wettbewerbselementen angereichert ist: Der Markt wird als Versteigerung, Verlosung oder Wettstreit eventisiert.

Zugang finden

Wie gelingt es, Geschäfte auf bereits bestehenden Märkten zu tätigen? Zunächst müssen lokale Praktiken, Konventionen und Netzwerke identifiziert, evaluiert und bei Aushandlungs- und Verständigungsprozessen berücksichtigt werden. Mitunter wird Marktpartizipation aber auch mit Gewalt und diplomatischem Druck durchgesetzt.

Fragmente



Bewerben

Auf Märkten versammeln sich Menschen um Waren. Aber warum sind sie dort? Wie finden sie zusammen? Dinge werden zu Waren, indem man auf sie aufmerksam macht, sie bewertet und zu begehrten, auf einem Markt verfügbaren Dingen erklärt. Werbepraktiken erweitern den Markt zu einem Kommunikationsraum, über die räumlichen und zeitlichen Grenzen des physischen Marktgeschehens hinaus.

Was es alles gibt – und was man alles haben könnte! Wer im Frühjahr 1726 die ersten Ausgaben des neu gegründeten Berliner Intelligenzblatts studierte,[1] war mit verschiedensten Versprechen der Verfügbarkeit konfrontiert, Versprechen, die allesamt Besonderes in greifbare Nähe rückten: Warum nicht ein Tigerfell kaufen? Oder doch erst einmal Sprachunterricht nehmen? Wie wäre es mit Tabak von den besten Plantagen Westindiens? Oder vielleicht einen neuen Koch einstellen, mit Berufserfahrung in Paris, Flandern, Dänemark, »Teutschland« und Polen?[2]

Ob die genannten Dinge tatsächlich eine:n Käufer:in fanden und wer den Koch anstellte, wissen wir nicht. Ihnen ist auch zunächst einmal nichts gemeinsam – außer, dass sie den Weg in die *Berlinischen Frag- und Anzeigungs-Nachrichten* fanden, kurzum: dass irgendjemand sie bewarb. Was aber heißt das, bewerben? Und wie bewirbt man etwas?

Bewerben bedeutet, so ein Definitionsvorschlag von Niklas Luhmann, Entscheidungssituationen zu konstruieren – in der Regel jene des ›Kaufens oder Nicht-Kaufens‹.[3] Bewerben als Marktpraxis zielt in der Regel nicht nur auf die Entscheidung *für* das eine, sondern auch auf eine Entscheidung *gegen* etwas anderes. Ganz explizit wird dies in einer weiteren Anzeige aus dem Berliner Intelligenzblatt: »Es wird hiemit bekandt gemachet, daß auf der Königl[ichen] zu Königs Staell [d.i. Steele] ohnweit Duisburg am Rhein angelegten Englischen Glaß-Manufactur, Glaß, so das Frantzösische weit über-

trifft, um folgenden Preiß zu haben ist, beym Glaß-Meister Beyer daselbst«.[4] Hier erscheint Konkurrieren nicht als abstraktes Marktprinzip, sondern als historische Praxis, als soziales Handeln.[5] Das französische Glas wird als bekanntes Produkt vorausgesetzt und dient so dazu, das Angebot der neuen Manufaktur vorzustellen und einzuführen. Zugleich fungiert es als Gegenstand der Abgrenzung – das in Steele produzierte englische Glas sei schließlich qualitativ hochwertiger.[6]

Andere Inserenten setzen hingegen ganz darauf, die Einzigartigkeit der angebotenen Dinge und somit auch der gebotenen Entscheidungssituation herauszustellen – frei nach dem Motto: wer es jetzt nicht kauft, wird es niemals haben. Dass aber auch Einzigartigkeit Regeln und Mustern folgt, zeigt ein Beispiel aus der ersten Ausgabe der *Berlinischen Frag- und Anzeigungs-Nachrichten*:

»Ein Holländischer Capitain von Capo di buona Speranze hat zum Verkauff, 6. zusammen genähete Decken von Tieger- und Castor-Fellen, deren sich die Printzen in der Caffrerie bedinen, welche in einer Campagne vor 6. Pferde oder Maulthiere bey der Equipagge gebrauchet werden können. Ingleichen außerlesene Spanische Röhre vor Fürstl. und andere vornehme Personen, auch von den besten Caffé-Bohnen, Orientalischen Ambré gris, seinen Thee-Bou, und aufrichten Canaster-Toback«.[7]

So exotisch und einzigartig die angebotenen Dinge auch sein mögen, ihre Präsentation erfolgt in der denkbar einfachsten – und in modernen Augen eher unaufregenden – Form einer Liste.[8] Listen sind typisch für frühneuzeitliche Verkaufs- und Marktpraktiken. Beinhaltet die Liste des »Capiteins« bereits kleine Objektgeschichten, sind viele andere Listen bloße Aufzählungen von Warenbezeichnungen. Auch eine solche Liste aber lässt sich als eine Art virtuelles Warenangebot deuten. Dabei wird weniger den einzelnen Posten denn vielmehr der Aufzählung als Ganzer eine symbolische Bedeutung zugeschrieben – die Liste als lose und offene Ordnung von heterogenen Elementen repräsentiert zugleich Vielfalt und potenziellen Überfluss.[9]

Tigerfelle, Waffen, Kaffee, Tee, Ambra, Tabak – heterogen ist das Angebot zweifelsohne. Im Wortsinn zusammengebracht wird es durch den »Capitein«, der all diese Dinge anbietet und der gleich zu Beginn der Liste prominent genannt wird. Seine professionelle Mobilität und seine Herkunft suggerieren zugleich eine entsprechende Herkunft der nachfolgend genannten Objekte (→Form finden) und unterstreichen deren Authentizität. Der Reiz der Fremdheit wird im Weiteren sowohl durch spezifischere Regionsanga-

ben (»Kaffrerie«) als auch eher unspezifisch exotische Attribute wie »orientalisch« unterstützt.

Die Prominenz von Südafrika als imaginiertem oder realem Herkunftsort von »Exotika« in Europa ist ungewöhnlich; gar nicht ungewöhnlich ist aber der grundlegende Vorgang: Herkunft ist zentral für die Identifikation, auch die Benennung und Bewertung von Waren und Gütern – wie auch bereits das »Englische« und »Französische Glas« zeigen.[10] Operiert die Steeler Glasmanufaktur dabei mit steigernden Vergleichen, bleibt der »Capitein« bei der Qualitätsbewertung im Reich der Singularitäten und der referenzlosen Superlative (»außerlesen«, »aufricht«, »beste«).[11]

Typisch frühneuzeitlich erscheint dabei der Verweis auf ständische Distinktion – auch wenn der »Capitein« sich nicht auf die Empfehlung durch lokale Standesvertreter oder gar das Führen eines königlichen Privilegs beruft, sondern den Gebrauch durch »Printzen in der Caffrerie« als Qualitätsmerkmal ins Feld führt. Die Bewohner:innen der Kap-Region galten den Europäer:innen auch im Vergleich zur übrigen Bevölkerung des afrikanischen Kontinents als besonders barbarisch und wurden früh Objekt von rassifizierenden Diskursen.[12] Vor diesem Hintergrund erscheinen die »Printzen in der Caffrerie« umso bemerkenswerter. Die Beziehung von Fremdheit und Stand ist so als intersektionales Problem zu denken – gerade angesichts der Tatsache, dass die Anzeigen allgemeine Verfügbarkeit für jedermann versprechen, der nur die nötigen Finanzmittel aufbringen kann.

Um das Verhältnis von Distinktion, Exotik und Verfügbarkeit geht es auch in einer Anzeige, die zwei Wochen später in den *Nachrichten* erschien: »In Hamburg bey Peter Heus neben der Banco ist zu haben / Tabacco di Becco, ein liebl. angenehm und gelinder Toback zum Rauchen / der vor diesem da die Plantagien wenig gegeben / und dieser der Kern aller Tobacke war / als ein grosses Präsent an Höfe verschickt wurde«.[13] Diese Anzeige enthält zugleich ein historisches, vielleicht nicht ganz falsches, sicher aber keineswegs wertfreies Narrativ über den Übergang von Gaben- zu Marktökonomie: Das, was früher Gegenstand eines exklusiven höfischen Geschenkverkehrs war, ist nun mit einem Preis versehen für jedermann erhältlich.

Anders als der »Capitain« war Peter Heuß (1678–1729) ein erfahrener Werbetreibender, dem deutsche Zeitungsleser:innen der 1720er Jahre kaum entgehen konnten: Als Buchhändler und -drucker in Hamburg ansässig, war Heuß zugleich als professioneller Kommissionshändler und Kollekteur tätig.[14] Für ihn stellten die Berliner *Frag- und Anzeigungs-Nachrichten* kein neues Forum, sondern eher eine weitere Bühne dar. Mindestens seit

1709 erschienen seine Anzeigen für verschiedene Kommissionsgeschäfte in verschiedenen Zeitungen, zunächst überwiegend in solchen aus dem Hamburger Umland.[15] So warb Heuß zum Beispiel in der *Relation aus dem Parnasso* 1709 für eine dänische Lotterie und nutzte den *Hollsteinischen* bzw. *Hamburgischen Correspondenten*, um Interessenten für Lotterien, Pränumerationsunternehmen, Musikalien und Arzneimittel zu suchen.[16]

Mit seiner Anzeige für den »Tabacco di Becco« in der dritten Ausgabe des neu gegründeten Berliner Intelligenzblatts kam Heuß sogar noch der »Notificatio« zuvor, mit der sich das preußische Intelligenzwerk selbst im April 1728 im *Hamburgischen Correspondenten* vorstellte und um Abonnenten und Inserenten warb.[17] In den Berliner *Frag- und Anzeigungs-Nachrichten* sowie in weiteren regionalen Ablegern des Intelligenzwerks annoncierte Heuß vor allem die Arzneimittel und Gesundheitsprodukte, die er auf dem Versandweg vertrieb. Neben dem »Tabacco di Becco« bewarb er beispielsweise ein »Englisches Cordial«, die »unschätzbare Essentia minerali« gegen Krebsleiden, einen »Gesundheitsthee« und ein »Schönheits-Oel«.[18]

Dabei handelt es sich offenkundig nicht um exotische Einzelobjekte wie im Fall des »Capitains«, sondern um Produkte für den kontinuierlichen Verkauf auf an sich durchaus etablierten Märkten. Die von Heuß vertriebenen Warengruppen – neben Arzneimitteln vor allem Druckerzeugnisse und Lotterielose – repräsentieren die meistbeworbenen Produkte in frühneuzeitlichen Anzeigen. Sie können auch auf eine lange Tradition des Bewerbens jenseits der Intelligenzblätter und Zeitungen zurückblicken.[19] Die Anzeigen sind so nur *ein* Element einer multimedialen Werbepraxis, allerdings das am besten überlieferte Element. Auf die Existenz weiterer Werbemedien lassen bereits die Verweise in den Anzeigen selbst schließen: So nennt Heuß etwa wiederholt »Berichte« oder Gebrauchsanleitungen, die in der Regel kostenlos ausgegeben werden.[20]

Ähnlich wie der »Capitain« bedient Heuß sich auch der Präsentationsform der Liste. Er setzt sie jedoch nur selten ein, um verschiedene Dinge anzubieten – die Vielfalt seines Angebots wird eher in den vielen einzelnen, wiederholt erscheinenden Anzeigen deutlich. Listen dienen Heuß vielmehr dazu, die unterschiedlichen Indikationen und Wirkungsweisen seiner Arzneimittel anzupreisen. Der »Tabacco di Becco« habe »wegen seiner zertheilenden Krafft und gelinden Abführung des corrosivischen Schleims / grossen Applausum gefunden; er zertheilet alle Haupt-Flüsse und Kopff-Schmertzen / er clarificirt die Augen / schärffet das Gehör / und curiret alle Zahn-Schmertzen in wenig Minuten«.[21] Diese Liste weist Heuß’

Tabak geradezu als Generikum, als Allheilmittel aus.[22] Wichtig ist aber auch, was der Tabak *nicht* bewirkt: Während sich »vile Leute« durch das »rude Saltz«, das »in andern Toback stecket«, und »durch das überflüssige Gebrauchen / die Schwindsucht auf den Hals ziehen«, beteuert Heuß, dass sein Tabak keine solche Nebenwirkungen habe: »von diesen Tabacco di Becco, kan einer rauchen den gantzen Tag und wird ihm wohl bekommen«. In einer Variante des Anzeigentexts versucht Heuß sogar, den »Tabacco di Becco« spezifisch einem weiblichen Publikum anzudienen: er sei »so leicht und delicat / daß denselben auch die allerzartesten Frauen und Jungfrauen rauchen können«.[23]

Gerade weil Heuß auf etablierten und hart umkämpften Märkten aktiv war, suchte er offenkundig nach allen erdenklichen Mitteln, um die Einzigartigkeit seiner Produkte herauszustellen. Dazu betont er den Distinktionscharakter des Tabaks, legt mit dem Verweis auf den höfischen Gabentausch eine Verbindung zum nicht-marktförmigen Tausch nahe und reklamiert Rarität und Seltenheit, außergewöhnliche Heilungserfolge und Bekömmlichkeit. Im Effekt ergibt sich ein paradoxes Versprechen: der allgemeinen Verfügbarkeit des Besonderen.[24]

Für dieses Versprechen ist die Praxis des Werbens selbst konstitutiv: Sie erlaubt eine räumliche Ausdehnung, zielt Heuß durch seine expansive Anzeigenpolitik doch darauf, die vertriebenen Produkte überregional bekannt zu machen. Viele Anzeigen sind zudem explizit mit dem Hinweis versehen, dass das beworbene Produkt über den Postweg vertrieben wird – so auch Heuß' Tabak: »Das Pfund kostet 12 Marck, und das halbe Pfund 6 Marck, neu Hamburger Courant-Geld, ist wohl eingemacht, und mit einem Petschafft, worauf ein West-Indisches Schiff stehet, versiegelt, und kan es weit und breit verschicket werden«. Insofern stellen Heuß' Geschäfte auch ein Beispiel für frühen Versandhandel dar, der bereits die »Endverbraucher:innen« einbezieht.[25]

Es geht aber auch um zeitliche Verfügbarkeit. Wie viele seiner Kollegen, vor allem im Arzneimittelgeschäft, arbeitet Heuß mit Wiederholungen: Die Mehrheit seiner Anzeigen erscheint nicht nur einmal, sondern wird wortgleich (oder mit kleinen Variationen) mehrfach abgedruckt. Im Falle des *Hamburgischen Correspondenten* erscheint in den 1720er Jahren nahezu in jeder oder jeder zweiten Ausgabe eine von Heuß verantwortete Anzeige – die Periodizität des Mediums erlaubt es so, die Präsenz des Marktakteurs durch Wiederholung zu institutionalisieren.

Markthandeln über Distanz zu ermöglichen, ist eine wesentliche Funktion des Bewerbens (→Kaufen). So soll sich etwa auch ein Königsberger Leser der *Berlinischen Frag- und Anzeigungsnachrichten* vor Entscheidungssituationen gestellt sehen: Nun also westindischen Tabak in Hamburg kaufen? Oder doch lieber den vertrauten Weg zum lokalen Krämer suchen, um Rauchwaren zu erwerben? Reicht das Haushaltsgeld vielleicht auch für beides? Oder blättert man – *horribile dictu* – als wenig gesundheitsbewusster Nicht-Raucher einfach weiter?

Zeitgenössische Schriften propagierten Intelligenzblätter als Mittel zur Zusammenführung von Käufern und Verkäufern, von Anbietern und Nachfragern: Verkäufer können auch überregional nach Käufern suchen, Transaktionen und die Einführung von neuen Marktakteuren und Waren lassen sich erheblich beschleunigen, Arbeitgeber können im Vergleich einheimischer und auswärtiger Stellengesuche die besten Bediensteten aussuchen.[26] All dies diene der Beförderung der allgemeinen Wohlfahrt, der *Commercien* und Manufakturen, der Vermehrung der »auswärtigen und inländischen Handlungen« und dadurch ebenso des königlichen Einkommens wie der »Nahrung der Armen«.[27]

Solche emphatischen Schilderungen des Intelligenzwesens verweisen auf ein spezifisches Verständnis von politischer Ökonomie und sind nicht zuletzt als Eigenwerbung zu werten: vor allem gegenüber herkömmlichen Formen der frühneuzeitlichen Marktkommunikation, die persönliche Präsenz, mindestens aber spezifische Adressierung und individuelle Investition erfordern.[28] Dies macht zugleich deutlich, dass für die Zeitgenossen die Geschichte der Werbung nicht mit den Intelligenzblättern oder der Zeitungsanzeige begann.

Als Justus Möser, seines Zeichens Initiator und Herausgeber der *Wöchentlichen Osnabrückischen Anzeigen*, 1768 Überlegungen zur »Verbesserung der Intelligenzblätter« anstellte, wählte er die »Americanischen« Zeitungen zum Vorbild, genauer die Zeitungen der »deutschen Colonisten«. Ihn interessierte dabei vor allem die »Kunst der Allegorie«: die Bildsymbole, die in diesen Zeitungen zur Identifikation von Anzeigen dienen.[29] Solche visuellen Elemente finden sich in den Zeitungen und Intelligenzblättern im Alten Reich in dieser Zeit nur selten, die »deutschen Colonisten« in den Periodika der englisch-, vielleicht auch niederländischsprachigen Siedlergemeinschaften kennengelernt haben.

Bemerkenswert selbstverständlich ist für Möser, dass in seinen überseeischen Vorbildern auch Plantagen verkauft und entlaufene »wilde Männer«

gesucht werden.[30] In der Tat finden sich etwa im *Wöchentlichen Philadelphischen Staatsboten* regelmäßig Anzeigen, in denen Versklavte, aber auch *indentured servants* und ihre Dienstzeiten zum Verkauf angeboten werden.[31] Derartige Anzeigen für den Verkauf von Menschen erscheinen in den Blättern im Alten Reich kaum oder selten – anders als in den benachbarten Niederlanden, wo Plantagen in der Neuen Welt per Anzeige verkauft werden, mit »Slaven, Paerden &c.«.[32]

Das Bewerben rahmt Dinge, Handlungen, manchmal gar Menschen als Waren – indem es sie überhaupt bewirbt, indem es sie bewertet, indem es sie bekannt und auf einem Markt verfügbar macht. Es erweitert den Marktplatz zu einem Kommunikationsraum, der auch über die physische Ko-Präsenz hinausgeht, und fungiert so potenziell als Instrument der Marktexpansion (→Marktwissen drucken).[33] So erweist es sich auch als Teil von globalen Verflechtungsprozessen und zeigt zugleich deren Grenzen auf.

Mit dem Außergewöhnlichen, Aufmerksamkeitserregenden, dem Besonderen zu spielen, gehört zum Alltag des Bewerbens. Im Bewerben – und zwar durchaus auch jenseits und vor der Intelligenzblatt-Seite! – zeigt sich exemplarisch, wie Praktiken durch Reproduktion und Variation soziale Tatsachen schaffen. Insofern ist das Bewerben ein Versprechen der Märkte *par excellence*.

Christina Brauner / Alexander Engel



Buchführen

Märkte sind nicht nur Präsenzveranstaltungen. Transaktionen, Zahlungsversprechen und vereinbarte Warenlieferungen werden mittels Buchhaltungspraktiken verschriftlicht, koordiniert und archiviert. Die beteiligten Akteur:innen nehmen sich wechselseitig als Marktteilnehmer:innen wahr und kommunizieren aus dem Datenverarbeitungsprozess heraus miteinander.

Am 1. Februar 1539 ging bei der Florentiner Unternehmung Averardo e Piero Salviati & Co in Lyon ein Stück gefärbtes Tuch aus dem südfranzösischen Carcassonne ein. Es hatte die Länge von 35 Ellen und kostete knapp 71 *livres tournois*.[1] Tatsächlich war das von den Kaufleuten François und Stéphane Sapta verkaufte Stück Tuch für den Export in die Levante bestimmt, wie man den Büchern der Großhandlung aus Florenz entnehmen kann.[2]

Damit begann ein eingespieltes, standardisiertes und vollkommen übliches Verfahren, welches sich über die nächsten sieben Jahre erstrecken sollte. Konkret wurde in den Geschäftsbüchern der Firma ein Buchungsvorgang eröffnet, der die ›realen‹ Transaktionsvorgänge, also alle Transporte und kleinteiligen Bezahlungen der unterschiedlichsten Beteiligten (→Transportieren), in monetäre Werte überführte und in aufeinander folgenden Zeilen in einer homogenisierten Form darstellte. Dabei wurde eine fundamentale Leistung sogleich bei Eröffnung des entsprechenden Geschäftsvorfalls erbracht. Die Zuordnung von Bezahlvorgängen zu diesem Buchhaltungsvorgang trennte das operative Geschäft der Unternehmung in verschiedene Teilvorgänge auf, die ein leichteres Management derselben ermöglichten und damit auch die unternehmerische Praxis grundlegend beeinflussten. Fernab von einer schlichten Abbildung der Geschäftsvorfälle war Buchhaltung in ihrem Kern eine Geschäftsführungspraxis, die das

Marktgeschehen essenziell berührte. Dazu wird dieser – im Kern banale – Buchhaltungsvorgang nun ausführlich nachvollzogen.

Die Handels- und Bankgesellschaft Salviati ließ sich 1508 am Messestandort Lyon nieder, weil sie, wie im konkreten Fall, auf die über Lyon vermittelten Beschaffungsmärkte des französischen Raumes, aber auch Flanderns und Englands zuzugreifen suchte. Daneben vermochten die aus mehreren Ländern nach Lyon gekommenen Kaufmannbankiers, ihre nach Frankreich eingeführten Güter über die dortigen Märkte abzusetzen. So importierte etwa die Unternehmung Averardo e Piero Salviati & Co Seidentuch in stattlichen Mengen aus Italien, um es an die französischen Abnehmer zu verkaufen, die damit wiederum die zahlungskräftige Aristokratie, den Hof und die reichen städtischen Eliten versorgten.[3]

Die Metropole am Zusammenfluss von Saône und Rhône hatte sich seit der Mitte des 15. Jahrhunderts zu einem Knotenpunkt von einander überlagernden Märkten entwickelt. Neben dem weit verzweigten Warenhandel, der die lokalen und regionalen mit den überregionalen Märkten verband, war Lyon vor allem aufgrund seiner Bedeutung als Marktplatz für Finanzierungsgeschäfte hoch angesehen.[4] Auch dieses Marktgeschehen spielte in der konkreten Fallgeschichte eine entscheidende Rolle: Denn die 35 Ellen gefärbten Wollstoffs wurden einer Schiffsladung hinzugefügt, welche im Auftrag der *accomandita*, einer Kommende, aus der Lyoner Faktorei der Augsburger Bartholomäus Welser & Mitverwandte, Averardo e Piero Salviati & Co und Amiel Albertas in Marseille in Form einer umfangreichen Lieferung per Schiff nach Beirut an die Ostküste des Mittelmeeres exportiert wurde. Die Anteile der drei Partner an dieser Gelegenheitsgesellschaft wurden über Lyon refinanziert. Lyon war also insbesondere ein Standort für das Clearing: Welche Waren ›über‹ Lyon nur gehandelt und dort nach den Messerhythmen abgerechnet wurden, die Stadt aber niemals konkret erreichten, lässt sich nicht in jedem Fall sicher sagen (→Kaufen).[5]

Das ebenso kapitalintensive wie komplexe Vorhaben, die Partie in die Levante, wurde von Lionardo Spina, dem Direktor der Salviati-Gesellschaft in Lyon, sowie vom Mitgesellschafter Lorenzo Pasquali, der hierfür eigens umherreiste, organisiert.[6] Über das Vorgehen der Florentiner Handelsleute und ihrer Geschäftspartner sind wir durch die umfassende Sammlung von Rechnungsbüchern der Lyoner Unternehmung im Familienarchiv der Salviati an der Scuola Normale Superiore in Pisa kleinteilig informiert.[7] In unserem Zusammenhang soll allerdings weniger auf diesen handelshistorisch überaus bemerkenswerten Umstand hingewiesen werden als vielmehr auf einen be-

sonderen Aspekt: Am Fallbeispiel des 35 Ellen langen *panno intinto* aus Carcassonne wird der Blick auf das Verhältnis von Marktgeschehen (Markthandeln) zu Buchführungspraktiken gerichtet. Der Einsatz von Buchführung als Speicher-, Rechen- und Kommunikationsmedium veränderte das Handeln an und auf Märkten nachhaltig, weil er Transaktionen ihrer Unmittelbarkeit in eine abstrakte Sphäre enthob und Handlungsmuster von dort aus, aus der abstrakten Welt der Buchführung, konditionierte.[8] Dieser Zusammenhang wird am eingeführten Fallbeispiel näher vorgestellt.

Die vielgestaltigen Märkte im Kontext des Levantehandels, ebenso wie diejenigen der Einkaufs-, Absatz- und Kreditmärkte am Messestandort Lyon waren durch die als eigentliche betriebswirtschaftliche Entitäten agierenden Buchführungen der daran beteiligten Kaufmannbankiers miteinander verknüpft, obwohl Marktgeschehen und Buchführung zwei verschiedenen Welten angehör(t)en. Denn auf der einen Seite, in der Welt der Transaktionen, vollzogen die Kaufmannbankiers ihre Geschäftstätigkeit, indem sie – etwa vermittelt durch Märkte – mit dem Handel bessere Gewinnchancen verfolgten. Sie handelten mit höchst verschiedenen Gütern und Leistungen. Die einzelnen Vorfälle fanden Eingang in die Rechnungsbücher. Auf der anderen Seite, in der Welt der Buchführung, wurden die Koordinierung von wirtschaftlichem Handeln, von Transaktionen auf Märkten, die Evaluierung des Marktgeschehens und schließlich die Refinanzierung von Investitionen geleistet. Die Praktiken der Buchführung motivierten die Unternehmen dazu, jede eingegangene Verbindlichkeit durch eine Forderung auszugleichen und umgekehrt. Auf diese Weise schloss sich unter der Logik der Buchführung – zumindest theoretisch – an jede Transaktion eine ausgleichende Transaktion an, so dass sich ein Unternehmen mit den entsprechenden Korrespondenten koordinieren musste.[9]

Buchführung ist ein Datenverarbeitungsprozess, in dessen Vorgehen Geschäftsvorfälle in ein raumzeitlich abstrahiertes Koordinatensystem und heterogene Objekte in eine monetär evaluierende Homogenität übertragen werden. Zugleich vollzieht sie eine Organisationsleistung, wobei Transfers in einer komplexen Bücherlogik verarbeitet und in Handlungspräskripte umgewandelt werden. Im Rückgriff auf das eingangs vorgestellte Fallbeispiel des *panno intinto* aus Carcassonne bildet sich dieser Wechsel von Verfügungsrechten an einer auf den südfranzösischen Beschaffungsmärkten erworbenen Ware folgendermaßen ab: Datierend auf den 1. Februar 1539 wurde der Eingang der mit der Nummer 90 versehenen »pezza di Carcassone jntinta« im *Giornale*, dem Journal, festgehalten. Da das gelieferte Gut

nicht sofort bezahlt wurde, erscheint es nicht im *Libro entrata e uscita*, dem Eingangs- und Ausgangsbuch, sondern wurde vom Buchhalter unter dem Konto des Lieferanten, François und Stéphane Sapta (*Francesco e Stefano Sapta*), im *Libro debitori e creditori*, im Schuldbuch, eingetragen: Konkret wurde der Erwerb der Ware im Journal unter dem entsprechenden Tag registriert und dann aufgrund des durch die nachgelagerte Bezahlung entstandenen Schuldverhältnisses ins Schuldbuch übertragen.[10]

Auf der synthetisch-abstrakten Ebene des Schuldbuches werden die Zahlungsmodalitäten erklärt. Der Wollstoff kostete 70,17,6 *livres tournois*, die mit 32,11,9 *scudi di marchi* in die auf den Lyoner Messen gebräuchliche Buchwährung umgerechnet werden. Die Florentiner Kaufmannbankiers buchten in dieser Messe-Rechenwährung zu Lyon ab. Die erste Hälfte des Kaufpreises wird demzufolge an François und Stéphane Sapta auf der Ostermesse 1539, die zweite Hälfte auf der folgenden Augustmesse, also phasenversetzt nach dem Eingang der Ware, überwiesen.

Wie führt die Verarbeitung dieser wenig spektakulären Transaktion – Einkauf und Bezahlung von Wolltuch bei einem südfranzösischen Korrespondenten – in der Buchführung zurück zum Marktgeschehen? Durch die Refinanzierung der »pezza di panno carcassone intinta« über die Absatzmärkte in der Levante, denn das Wolltuch aus Carcassonne wurde zusammen mit anderen Gütern nach Beirut geliefert. Dementsprechend wird die Refinanzierung über das Konto der Exportgüter in die Levante verbucht: »Güter verschiedener Art erworben zur Versendung nach Beirut, zu zwei Fünfteln Bartholomäus Welser & Co in Lyon gehörig, zu einem Fünftel Amiel Albertas in Marseille gehörig, zu zwei Fünfteln uns gehörig«.[11]

Die Vorfinanzierung durch die angesprochene Gelegenheitsgesellschaft – das Joint Venture bestehend aus der Salviati-Gesellschaft in Lyon, der Faktorei von Bartholomäus Welser & Mitverwandte sowie von Amiel Albertas in Marseille – wird auf dem Konto der Schiffsladung dargestellt. Die Augsburger und die Florentiner Partner beteiligten sich laut Kontenausgleich vom 10. Oktober 1539 auf der Augustmesse des nämlichen Jahres mit je 6.800 *livres tournois* (3.126,8,9 *scudi di marchi*) und der in Marseille ansässige Organisator der Verschiffung mit 2.688,9 *livres tournois* (1.236,1,4 *scudi di marchi*). Der Auftrag für einen Schiffseigner, Pierre Tornier, wird durch eine eigene *accomandita*, die das von den Salviati geleitete Joint Venture mit Michele Fortia und Guasparre Sabatery einging, vorfinanziert.[12]

Die Subsumierung einer Reihe von über die Märkte in Frankreich und Antwerpen bezogenen Waren auf einem Konto diente aus der Perspektive

der Buchführung zur Abrechnung und zur Organisation der Refinanzierung.[13] Ein Brief vom 16. Mai 1539 an den Geschäftspartner Amiel Albertas in Marseille zeigt, dass dessen Aufgabe nunmehr darin bestand, die Güter in Marseille für die Fracht zusammenzustellen. Die *panni* aus Paris, Troyes und Limoges wurden um diejenigen aus Carcassonne ergänzt. Das Schreiben enthält noch eine ganze Liste weiterer Anweisungen, wie etwa die Verpackung und Kennzeichnung durch die Handelsmarke von Averardo e Piero Salviati & Co di Lione di Francia, stellvertretend für die anderen Gesellschafter des Joint Venture.[14]

Der erhebliche Kapitalaufwand zur vorläufigen Bezahlung der auf den südfranzösischen Märkten erworbenen Exportgüter sowie für die Schiffspartie wird durch den Verkauf der im Gegenzug nach Marseille eingeführten Importwaren ausgeglichen. Das bedeutet konkret, dass die Unternehmung Averardo e Piero Salviati & Co in Lyon bis zur Refinanzierung des Wolltuchs aus Carcassonne nicht nur bis zum Vertrieb der Ware über Beirut warten musste, sondern bis zum Absatz der Importgüter, die zunächst an der östlichen Mittelmeerküste vom Erlös aus dem Verkauf der exportierten Waren eingekauft wurden und welche auf diese Weise dann den Erwerb von Waren für den Levantehandel refinanzierten. Anders ausgedrückt: Die komplexe Transaktion der Ausfuhr von Gütern aus Südfrankreich in die Levante war also erst abgeschlossen, als die im Gegenzug importierten Waren aus Beirut schließlich über die entsprechenden Absatzmärkte in Frankreich verkauft waren.

Da dieser Transaktionsprozess die üblichen Abrechnungszyklen von Messe zu Messe und eventuell auch diejenigen eines Buchzyklus weit überschritt, übertrug der Buchhalter der Unternehmung in Lyon die Vorgänge dieses Zusammenhangs in das entsprechende Rikordanzbuch:[15] Dorthin kopierte er nicht bloß das Konto der Exportgüter aus dem Schuldbuch *Debitori e creditori O*, sondern nahm ferner die Kopien der Konten auf, die man an die Geschäftspartner, die Faktorei von Bartholomäus Welser & Mitverwandte sowie Amiel Albertas in Marseille, verschickte. Hier findet sich auch die Auslage von 70,17,6 *livres tournois*, die die Salviati an François und Stéphane Sapta für die »pezza dj Carcasona jntinta« getätigt hatten. In den an die Welser und an Albertas versandten Abrechnungen (in Form von Kontoauszügen) erklärt die Florentiner Unternehmung ebenfalls, dass sie eine Kommission von $1\,^1/_8$ Prozent auf den *primo costo*, die Vorfinanzierung, einbehielt: 89,19,4 *livres tournois*. Unterhalb des in die *Ricordanze O* abgeschriebenen Kontos finden sich die Verweise, an welchen Stellen im Büchersystem die

Refinanzierung der auf der Torniera nach Beirut verschifften Exportgüter vorgenommen wird.[16]

Die Refinanzierung begann, nachdem die Florentiner Handels- und Bankgesellschaft beispielsweise sechs Ballen Ingwer aus Beirut mit einem Gewicht von 1.162 Pfund für insgesamt 1.045 *livres tournois* an den *specier* Jean Camus in Lyon abgesetzt und auf der Augustmesse 1541 die entsprechende Zahlung erhalten hatte.[17] In dieser Form wurde die Importware Posten für Posten in Frankreich und über Antwerpen vertrieben. Tatsächlich nahm aber der Absatz dieser Güter einen erheblichen Zeitraum in Anspruch: Während der Augustmesse 1542 verbuchte der Buchhalter der Salviati einen zwischenzeitlichen Ertrag von immerhin 6.746 *livres tournois* (3.101,12,7 *scudi di marchi*), so dass allerdings das Konto der Importgüter der Beiruter Partie noch um 750 *scudi di marchi* ungedeckt blieb.[18]

Die levantinischen Importe wurden in Antwerpen, Rouen und Pisa verkauft. Die entsprechenden Ausgleichsbuchungen wurden nachträglich in das Schuldbuch »O« eingetragen und unter den ursprünglich für den Güterexport angelegten Konten verbucht. Inzwischen firmierten die Rechnungen im Namen der neuen Gesellschaft, der *ragione nuova*, des Buches mit der Signatur »Q«. Beispielsweise zählte auch Baumwolle zu den importierten Rohstoffen, die über Lyon verkauft wurden. Indes zeigt sich, dass die Salviati auch beim Absatz der Importwaren in Vorleistung gingen, bevor die Konten schließlich gleichgesetzt wurden.[19]

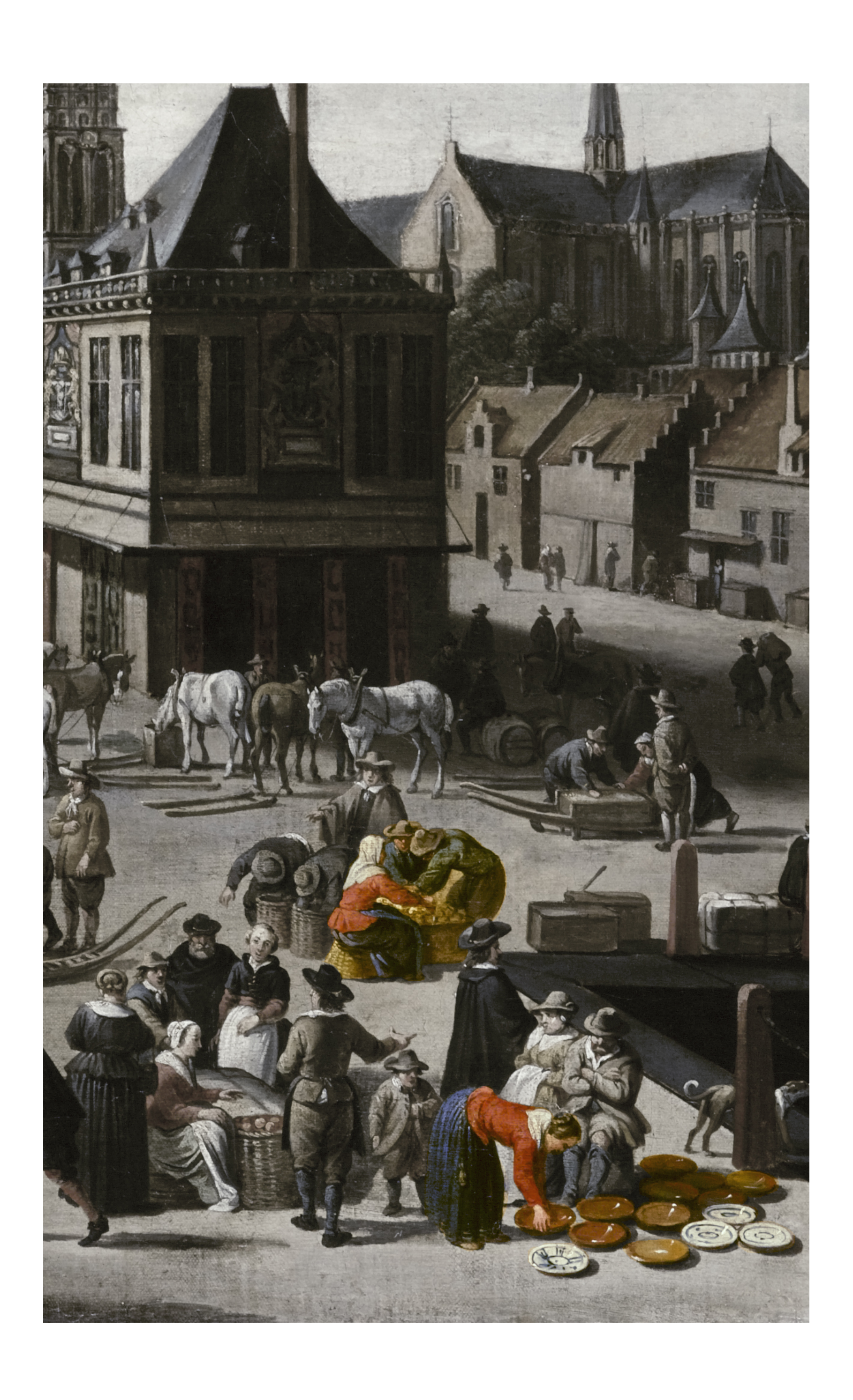
Am 31. Oktober 1542 versandte die Florentiner Unternehmung an die Partner der Gelegenheitsgesellschaft die vorläufige Abrechnung. Die buchhalterische Logik der Kontensaldierung führte dazu, dass die Verkäufe unter dem Konto der Exportgüter nach Beirut zusammengefasst und entsprechend ausgeglichen wurden. In den Schreiben – Briefe als die externe Kommunikation einer Buchführungseinheit – koordinierten die Salviati den über die französischen Absatzmärkte abgewickelten Vertrieb der Importgüter sowie die Abrechnung als Buchhaltungsvorgang.[20]

Die letzten Verkäufe, die die umfangreiche Schiffsladung zu refinanzieren hatten, tätigte man im Jahre 1545. Auf der Foire du Roi von Anfang 1546 vermerkte der Buchhalter der Salviati die letzten Eingänge in diesem Zusammenhang – allerdings schlossen die Partner die Partie mit Beirut mit einem Defizit von 226,11,9 *scudi di marchi* ab.[21] So half die Buchführung zur Bewertung des Geschäftsvorgangs, der damit intern wohl als nicht profitabel vermerkt wurde: möglicherweise mit Konsequenzen für die künftige Firmenstrategie (→Prognostizieren).

Die Verarbeitung der von Transaktionen auf Märkten aufgenommenen Daten in der Buchführung führte zur Evaluierung der Eingänge im Verhältnis zu den Ausgängen. Heterogene Güter (zum Beispiel Wolltuch aus Carcassonne) und Leistungen (zum Beispiel Vorfinanzierung von Erlösen) wurden in einem homogenisierenden Evaluationsprozess ausgewertet. Das Büchersystem der Buchführung war das Medium der internen Kommunikation einer Unternehmung und damit auch ein Speichermedium. Hinzu kommt ein materialisierter Archivgedanke: Die *Libri debitori e creditori* als die synthetischen und zentralen Rechnungsbücher, die mit Schuldverhältnissen soziale Beziehungen und nicht bloß Zahlungsbewegungen dokumentieren, sind aufwändig gestaltet mit großen Ledereinbänden, den dekorativ geschmückten Signaturen auf dem Stoß und mit ausführlicher Selbstbezeichnung. Der buchhalterische Datenverarbeitungsprozess führte zu Handlungsanweisungen, die durch Briefe an die Partner und Korrespondenten überstellt wurden. Der Sinn dieser externen Kommunikation bestand in der Koordinierung des Handelns auf Märkten und von Abrechnungsoperationen.

Buchhaltung ist kein kollaterales Element des Marktgeschehens. Ohne dieses latente, aber doch wirkmächtige Medium der Organisation von Transfers wären Märkte im Spätmittelalter und in der Frühen Neuzeit über das Stadium von relativ schlichten linearen Tauschgeschäften kaum hinausgekommen. Dabei endet die Wirkung der Buchführung nicht mit einer erhöhten Effizienz. Die Bedeutung dieser Mnemotechnik ist umfassender. Durch die Abstraktions- und Organisationsleistung der Buchführung wurden heterogene Dinge – Gegenstände und Leistungen – homogenisiert und Transaktionen monetär bewertet. Die Buchhaltung wurde damit zur Grundlage unserer ökonomischen Interpretation, wenn wir von Produktionseinheiten oder Mengen sprechen. Dies veränderte die Wahrnehmung von Märkten grundlegend. Die Buchhaltung trug dazu bei, dass Marktgeschehen zunehmend abstrakt als eine komplexe Reihe von Ansprüchen auf Verfügungsrechte betrachtet wurde, die nur dann miteinander interagierten, wenn ein Geldfluss sichtbar war. Das bedeutet zugleich, dass Buchführung keineswegs nur ein nach innen gerichtetes, in der einzelnen Unternehmung verwendetes Medium der Koordinierung war. Vielmehr entwickelte sie sich zu einem Instrument gegenseitiger Beobachtung an Märkten.[22]

Heinrich Lang / Magnus Ressel



Form finden

Wie sieht eine Ware aus? An jedes auf einem Markt nachgefragte Gut sind Vorstellungen einer sinnlich prüfbaren äußeren Form und seiner Herkunft geknüpft, womit Erwartungen hinsichtlich seiner Eigenschaften verbunden sind. Solche Zuordnungen müssen sich im Marktgeschehen etablieren und bewähren. Es ist das Marktgeschehen selbst, in dem sich eine Ordnung der Dinge herausbildet und verdichtet.

Im Frühjahr 1646 war der Fellhändler Pieter Pietersz Wijncoop darum bemüht, seine Waren für den Weiterverkauf vorzubereiten. Der Niederländer, der seit gut zwei Jahrzehnten in der Kolonie Neu-Niederlande lebte, ließ hierfür eigens ein Inventar erstellen. Höchstwahrscheinlich waren Wijncoops Waren für den Weiterverkauf an die Westindische Kompanie in Fort Orange (heute Albany) und damit letztlich für den europäischen Konsumgütermarkt bestimmt. Das Inventar beglaubigte offiziell Wijncoops Besitz und ermöglichte es ihm, seine Waren – Pelze und Felle – transportsicher in Kisten zu verpacken. Das Inventar hatte aber noch einen weiteren Vorteil: Wijncoop musste die Kisten von nun an beim Weiterverkauf nicht wieder öffnen oder vorzeigen. Das Begleitschreiben bescheinigte den Warenumfang, die Zusammensetzung der verpackten Waren und deren Qualität.

Zweieinhalb Jahre zuvor, im Herbst 1643, öffneten Bedienstete der *East India Company* in London eine Reihe von Fässern, die aus Asien eingetroffen waren: Sie enthielten eine größere Ladung des kostbaren Blaufarbstoffs Indigo. Das Direktorium der *East India Company* hatte seine Faktorei in Surat – einer Hafenstadt in Guajarat, im Norden der indischen Westküste – beauftragt, zwei Varianten des Indigos zu beschaffen und nach Europa zu senden: einmal den hochpreisigen Indigo aus dem nördlichen Kernland, der oft nach den Umschlagplätzen Lahore und Bayana benannt wurde und in flachen Stücken in den Handel kam, und dann den in runden Stücken gehan-

delten, günstigeren Indigo aus dem Guajarat selbst, der nach dem zentralen Umschlagplatz als Sarkhej-Indigo bekannt war.

Die im Herbst 1643 eingetroffenen Fässer enthielten tatsächlich beide Sorten – allerdings zum Teil ungetrennt ineinander geworfen, und der vermeintliche Lahore-Indigo entpuppte sich im Wesentlichen als »nothing but a blacke earth or clay«.[1] Das Direktorium mahnte die Faktorei,

»it is not sufficient to have a large p[ro]portion in either kind & so to have mingled, w[i]th good & counterfeit stuffes together as this p[ar]cell last r[eceive]d was much abused (especially the Lahore in that kind beside it was mere earth) w[hi]ch brought much disparagent upon all the com[m]odity & hath brought it down to a meane rate & estimation by reason of the counterfeit stuffs & abundance of dirt amongst it«.[2]

Dass die Varianten nicht sortenrein und sauber verpackt waren, schien das Direktorium nicht weniger zu erbosen als die Tatsache, dass die Einkäufer in Surat sich im Hinblick auf die Lahore-Sorte verfälschte bzw. gefälschte Ware hatten andrehen lassen.

Die Kisten des Pieter Wijncoop waren offenbar besser sortiert. Das Inventar listet unterschiedliche Tierfelle von Bibern und Ottern auf. Während die Otterfelle nicht weiter spezifiziert werden, sind die Angaben zu den Biberfellen konkreter: Verzeichnet sind Sommerpelze, Drittelpelze, gute und vollständige Pelze, halbe Pelze und Teilpelze vom Biber.[3] Auch wenn die Bezeichnungen für heutige Leser:innen nicht unbedingt eindeutig erscheinen, entsprachen sie den zeitgenössischen Wertvorstellungen und geben Aufschluss über mögliche Verwendungszwecke. Aus dem dünneren Sommerfell wurde vor allem Biberwolle hergestellt, gute und vollständige Felle waren bereits gesäubert und für eine spätere Verfilzung vorbereitet. Die Tatsache, dass man Felle nicht nur als Ganzes, sondern auch anteilig handelte, unterstreicht den Wert des Materials für die Zeitgenoss:innen.

Wijncoop konnte seine Ware auch deshalb in den Kisten lassen, weil die Bezeichnungen im Inventar allgemein gültigen Kategorisierungen folgten, die Felle und Pelze in marktförmige Waren transformierten und auf diese Weise das Marktangebot strukturierten. Eben hieraus rührte der Zorn des Direktoriums der *East India Company*: Das Vertrauen darauf, dass die Fässer wohlsortierte, vertraute Handelsware enthielten – Material, das als Repräsentation einer konkreten Warenvorstellung gelten durfte – wurde beim Blick hinein bitter enttäuscht, mit drastischen Konsequenzen: Die Lieferung konnte kaum verkauft werden, der Preis der Ware sank und ihr Ruf litt.

Die Ware als Vorstellung, als mentales Konstrukt hatte sehr verschiedene Aspekte. Ein erster ist die Bezeichnung der Ware bzw. der konkreten Warensorte. Diese konnte von äußeren Spezifika der Sorte respektive ihres Verwendungszweckes abgeleitet sein, wie etwa ganze, halbe, vollständige und anteilige Biberpelze, Sommer- wie Winterfelle, vorbehandelte und unbehandelte Felle. Unterstützt wurde die Imagination von Warenformen durch Hand- und Kaufmannsbücher sowie andere zeitgenössische Nachschlagewerke, zum Beispiel Enzyklopädien. Im *Dictionnaire Universel de Commerce* (1732) hält der Autor, Philemon-Louis Savary, fest, dass in La Rochelle (Kanada) unterschiedliche Biberfelle auf den Märkten zu erhalten seien: Es gäbe Felle, von denen das Oberfell bereits entfernt sei, oder solche, die noch gänzlich unbehandelt sind. »Man theilt die Biberfelle im Handel«, so ist beispielsweise im *Magazin der Handels- und Gewerbekunde* (1803) zu lesen, »in Castor neuf d'hiver ou moscowite, frische Biberfelle; Castor sec. maigres veuler ou d'Eté, trockene, magere Biberfelle, und Castor gras, fette Biberfelle«.[4] Ganz Ähnliches ist im *Dictionnaire de commerce, de marine et de droit, françois-allemand* festgehalten:

»Die Kaufleute unterscheiden dreierlei Castor, nämlich: 1) Den Castor neuf oder Castor d'hiver und Moscovite, welcher von den Wilden durch die Jagd gewonnen wird und der beste ist: er wird gewöhnlich als Pelzwerk (fourrures) gebraucht. 2) Den Castor sec oder maigre, sonst Castor veule genannt, der aus der Sommerjagd herkömmt, und zur Verfestigung der Hüte dient. 3) Den Castor gras, welchen die Wilden getragen haben und dadurch eine Art Fettigkeit bekommen hat. Diesen braucht man auch zur Fabricierung der Hüte«.[5]

Auch die *Handlungszeitung oder wöchentliche Nachrichten von Handel, Manufakturwesen, Künsten und neuen Erfindungen* führt 1793 die Unterscheidung der unterschiedlichen Felle und ihre verschiedenen Verwendungszwecke auf: »Die Biberfelle werden in Castor gras und Castor veule eingetheilet; erstere werden am meisten gesucht, weil sie schon von den Wilden getragen worden, und das Haar sich deswegen besser zu Hüten verarbeiten läßt«.[6] Allerdings war die Kategorisierung der Felle nicht überall gleich differenziert. Im *Verneuerte*[n] *Zollmandat und Vectigal für Böheimb* von 1737 werden alle Waren schlicht unter »Castor=Zeug« zusammengefasst.[7]

Biberfelle erreichten den europäischen Markt also in unterschiedlichen Verarbeitungszuständen (→Konservieren). Unbehandelte oder frische Felle wurden in der Regel zunächst nach Russland weiterverschifft. Dort wurden sie weiterverarbeitet, was bedeutete, dass das lange Oberhaar entfernt wurde, damit das dichte Unterhaar verfilzt werden konnte. Aus dem Oberhaar,

der sogenannten Biberwolle, wurden Matratzen, Decken oder Sättel produziert. Um welche Massen an Biberfellen es sich im 17. Jahrhundert bereits handelte, wird beim Blick in die Zolllisten der nordrussischen Stadt Archangelsk deutlich. In den 1670er Jahren wurden jährlich Felle im hohen fünfstelligen Bereich von englischen, französischen und niederländischen Schiffen zur Weiterverarbeitung angeliefert.[8] Ältere, zum Teil bereits getragene Felle wurden in Europa direkt an Kürschner und Hutmacher verkauft, die sie verfilzten und dann die begehrten Castorhüte herstellten.

»Lose Haare«, so hält Benedikt Kopezky in seiner *Naturgeschichte der Thiere in Anwendung auf Handel und Gewerbe* von 1851 fest, »kommen im Handel nicht vor, sondern es werden von besonders geschmeidigen und kurzhaarigen Fellen die Haare von den Hutmachern abgeschnitten, und zu den äußerst feinen und leichten Castorhüten verwendet«.[9] Verfilzte Biberstoffe wurden im Basler Anzeigenblatt gegen Ende des 18. Jahrhunderts zuhauf annonciert (→Bewerben).

Zur Vorstellung einer Warensorte gehörten also Vorstellungen zu ihren Verwendungs-, aber auch Erzeugungswelten. Letzteres verweist auf eine zweite Möglichkeit, Warensorten zu bezeichnen: nach dem Ort ihrer Erzeugung oder Beschaffung, also nach der – tatsächlichen oder auch imaginierten – Herkunft, zum Beispiel Sarkhej-Indigo versus Bayana- oder Lahore-Indigo. Die Verknüpfung der eigenen Qualitätserwartung mit einer bestimmten, hinreichend genauen Warenherkunft basierte dabei auf der Erwartung bzw. Hoffnung, aus derselben Quelle stets Ware derselben oder doch hinreichend ähnlicher Qualität zu erhalten – eine Hoffnung, die aber oft genug enttäuscht wurde und dann das weitere Geschäft mit der Ware gefährdete. Die Vermischung und Verschmutzung der Ende 1643 in London eingetroffenen Ware waren insofern nicht nur für den Augenblick ärgerlich, wie das Direktorium nach Surat schrieb: »And if noe more care be taken in the future to prevent such false packt stuffs Indico will find but a cold entertainment here«.[10]

Kritisch war hierbei neben Vermischung und Verschmutzung noch ein dritter Punkt, der die Qualitätsvorstellungen und die Bewertung einer Ware betraf: Die testweise Verwendung einer Indigoprobe zur Färberei war zu umständlich, um im Großhandel Anwendung finden zu können – ebenso wie ein:e Europäer:in nicht unbedingt erkennen konnte, wie intensiv ein Biberfell bereits vorbehandelt war, wenn es in Europa auktioniert, verkauft oder weiterverarbeitet wurde.[11] Marktgängige Warenformen erlaubten aber Rückschlüsse auf die Warenqualität. Die Produzent:innen des hochwertigen

Lahore/Bayana-Indigo formten den Pflanzenextrakt vor der Trocknung traditionell in flache Stücke, diejenigen des mittelprächtigen Sarkhej-Indigos hingegen in runde Stücke. Daran waren die Sorten im Handel unterscheidbar, und es entstand eine Sortenkonkurrenz. Die berüchtigte Lieferung von 1643 allerdings brach mit dieser Konvention, wie das Direktorium der *East India Company* klagte:

»The Cirques [=Sarkhej] Indico cannot bee said to be bad although not found so excellent as wee have had found in our last shipping for the new face or fabrique w[hi]ch some of this now received is changed into wee doe not approve […], it may be found others into whose hands it may come will for the fashion fake com[m]end it & sell it for the Biana sorte. Therefore wee desire it may appeare in its old forme as it hath bin accustomed, then in a counterfeir shape to that which it is not in truth nor in substance«.[12]

Hielten Käufer:innen die schlechtere Indigosorte aufgrund der ›falschen‹ Form für die bessere, so drohten wie im Fall der Verfälschung eine anschließende Enttäuschung von Qualitätserwartungen, Reputationsverluste und schließlich Aufgabe des etablierten Handels. Die Aufmachung (»face«/»fabrique«/»forme«/»shape«) musste also sowohl mit der Herkunftsbezeichnung (»truth«) als auch der spezifischen Materialität (»substance«) korrespondieren, andernfalls drohte eine Destabilisierung des spezifischen Marktes bzw. Vollzugszusammenhangs. Die Existenz eines Marktes, hier verstanden als Konkurrenzsituation von Anbietenden und Nachfragenden, setzt die Existenz eines Gegenstands von Angebot und Nachfrage voraus. Markt als ein kontinuierliches Arrangement, das über eine einmalige Handelssituation im Hinblick auf ein spezifisches Objekt bzw. spezifisches Material hinausgeht, erfordert mithin die Existenz einer *Ware*, also einer Klasse von Objekten oder Materialien. Es braucht eine relativ konstante Vorstellung einer spezifischen Ware.

Das Verwischen von Herkunfts- und damit Sortengrenzen ist auch für Situationen zu beobachten, in denen zunächst einmal die Frage im Vordergrund stand, ob es für eine bestimmte Ware überhaupt eine lokale Nachfrage gab – also im Prozess der möglichen Entstehung eines Marktes. In der Kolonie Neu-Niederlande erhielt Jeremias van Rensselaer im Mai 1661 eine Weinlieferung, die er bei seiner Familie in Amsterdam geordert hatte. Die zehn Holzfässer, die in Manhattan ankamen, enthielten – fein säuberlich getrennt – Wein aus Bordeaux, Lagron und aus einem weiteren Ort, der nicht überliefert ist. Den erhaltenen Wein wollte van Rensselaer en gros verkaufen und musste, zur Erzielung eines guten Preises, um die Reputation der Ware

und die Erwartungen der Abnehmer besorgt sein. Um einen möglichst hohen Verkaufspreis zu erzielen, inszenierte er, wie er im Brief an seinen Bruder detailliert ausführt, eine marktähnliche Situation in seinem Haus. Er lud den Glaser Jurriaen Teunissen Tappen zu einer informellen Weindegustation mit anschließender Kaufoption ein. Bei der Schilderung der Veranstaltung ist nun besonders aufschlussreich, wie van Rensselaer auf die Warenvorstellungen seiner potenziellen Käufer reagierte. Anders als bei der *East India Company* lag van Rensselaers Strategie gerade nicht in der sauberen Trennung der angelandeten Sorten. So sei zwar der Wein aus Bordeaux durchaus sehr geschmackvoll gewesen, der Wein aus Langon jedoch wurde als zu stark und scharf empfunden. Um Tappen und die weiteren Teilnehmer der Weinprobe nicht zu enttäuschen und potenzielle Käufer bei Laune zu halten, musste Jeremias improvisieren: Er mischte beide Weinsorten und kreierte auf diese Weise einen Cuvé, der ganz nach dem Geschmack der geladenen Siedler gewesen sei (→Zugang finden).[13]

Das Kupieren, also gezielte Verschneiden verschiedener Sorten, hatte nicht nur in der Welt des Weins, sondern auch in der frühneuzeitlichen Ökonomie der Textilfarben einen festen Platz – nur war dieser Platz nicht der Markt, sondern die Färbewerkstatt. Aufgrund der begrenzten Konstanz von Materialeigenschaften mussten Färber:innen zur Erzielung spezifischer und homogener Färbeergebnisse ihre Färbebäder beständig sorgsam regulieren und dabei verschiedene Farbstoffe und Farbstoffsorten in variabler Mischung einsetzen. Weil die Vermischungen wechselnd und kontextabhängig waren, gab es keinen Raum für eine gezielte Vorabmischung durch den Handel. Anders verhielt es sich mit der technologischen Praxis des Färbens im 19. Jahrhundert, als eine stärker von chemischen Verfahren bestimmte Produktion vergleichsweise konstante Produkte hervorbrachte – einerseits standardisierte, chemisch-industrielle Farbstoffe, andererseits stärker regulierte, homogenere Naturfarbstoffextrakte. Parallel hierzu traten industrielle Färbeprozesse, welche Farbmaterialien mit konstanten Eigenschaften voraussetzten, zunehmend an die Stelle der handwerklichen Färbekunst.[14]

Die Problematik, im Einkauf immer wieder dieselben Materialien mit stets denselben Eigenschaften erhalten zu müssen, verschärfte diese technische Praxis mit ihrer weitaus geringeren Toleranz für die Inhomogenität der Farbstoffe natürlich nur. Weiterhin waren industriell produzierte Pasten und Pulver äußerlich noch weniger markant als die Handelsformen von Naturfarbstoffen. Die Form, welche diese Stoffe als Handelsgüter fanden, war

in der Regel die verschlossene, mit Herstellerhinweisen versehene, mit Marken versiegelte Blechdose: eben ein Markenprodukt, für das der Hersteller bürgte.

Das Hinzufügen eines Herstellerzeichens oder einer Garantiemarke zur Form der Ware bezeichnet mithin eine dritte Möglichkeit, Warensorten zu unterscheiden und Sortenkonkurrenz zu etablieren. Sie findet sich im frühneuzeitlichen Marktgeschehen etwa in Form von Zeichen, mit denen einzelne Handwerker:innen ihre Ware versehen durften, oder in Gestalt der Tuchmarken, die von etablierten Kontrollstellen bzw. Schaueinrichtungen vergeben wurden. Nötig wurde diese Praxis etwa dann, wenn ursprünglich vor allem lokal verkaufte Spezialprodukte kontinuierlich auf entferntere Märkte gelangten. Im frühen 19. Jahrhundert lässt sich beispielsweise beobachten, dass Farbstoffhändler zunehmend eigene Farbstoffpräparate mischten und fabrizierten, analog zu Mischungen und Präparaten von Apotheker:innen, welche der eigenen Kundschaft zum direkten Verbrauch verkauft wurden – viele der industriellen Farbenfabriken, wie etwa Bayer, Hoechst, Geigy oder Cassella, hatten ihre Wurzeln in Farbstoffhandlungen, welche zunächst die Aufbereitung und Veredelung von Naturfarbstoffen aufgenommen hatten.

Je näher an der Produktion der Verkauf an die Verbraucher:innen stattfand, desto greifbarer waren die Hersteller:innen, desto klarer der genaue Herkunftsort. In den städtischen Anzeigenblättern des 18. Jahrhunderts, aber auch in kaufmännischer Korrespondenz und in Inventaren lässt sich beobachten, dass die Herkunft von Gewerbeerzeugnissen tendenziell umso detaillierter und ausführlicher beschrieben wurde, je näher der Produktionsort lag: etwa lokale Erzeugnisse nach Dörfern unterschieden, überregionale nach der auswärtigen Region, ausländische nur mehr nach Herkunftsland.[15] Sofern also lokale Produktion überregional oder gar international vertrieben wurde, halfen Ursprungsmarken dabei, die Herkunft spezifischer zu fassen und entsprechende Erwartungen an die Warenbeschaffenheit daran zu binden. Im Extremfall konnten Markierungen – etwa manche Textilmarken, wie Leinen mit der Marke der Osnabrücker Leinenschau, oder die verschiedenen Herstellerzeichen Solinger Klingen – nicht nur überregionalen, sondern globalen Wiedererkennungswert erlangen.[16]

Dies alles gilt zunächst primär für gewerbliche Erzeugnisse, die grundsätzlich spezifischer im Hinblick auf Form und Eigenschaften waren als Primärgüter, die in der Regel die Form von Schüttgut oder Flüssigkeiten hatten und damit selbst gar nicht markiert werden konnten – allenfalls ihre Verpackung (wie die Blechdose industrieller Farbstoffe). Im frühneuzeitli-

chen Großhandel jedoch waren herstellerspezifische Verpackungen unüblich – und was, wie in den Fallbeispielen gezeigt, das Fass Wein oder Indigo dann tatsächlich enthielt, erwies sich im Zweifelsfall erst beim Öffnen und Prüfen.

In beiden Fällen, Wein und Indigo, waren die Qualitätserwartungen der Nachfragenden also nicht an spezifische Herstellerzeichen, sondern an generischere Herkunftsbezeichnungen gebunden, die überdies unterschiedlich stark differenziert waren. Im Fall des Indigos spielte es in einem bereits gut etablierten Handel eine große Rolle, ob der Indigo über Lahore oder Bayana eingekauft war und den Erwartungen an typischen Indigo dieser Plätze entsprach. In der Kolonie Neu-Niederlande waren in der Mitte des 17. Jahrhunderts französische Weine hingegen noch gar nicht regelmäßig verfügbar, gleichwohl schien es eine konkrete Vorstellung gegeben zu haben, wie französischer Wein zu schmecken habe. Manch einer – van Rensselear etwa – mochte noch aus Europa mit solchem vertraut gewesen sein. Andere hatten womöglich nur eine Vorstellung, wie besonders guter Wein zu schmecken habe – und französischer Wein galt als besonders gut, hatte also dieser Vorstellung zu entsprechen, wenn er sich als solcher bestmöglich verkaufen sollte. Sofern mit den importierten Weinsorten (noch) keine feste Qualitätserwartungen verbunden waren, war ihre im Einvernehmen und in Abstimmung mit den Verbraucher:innen vorgenommene Vermischung nicht problematisch, sondern förderlich.

Eine bestimmte Qualität ist Wein – und allen anderen Waren – nicht inhärent, sie wird vielmehr in sozialen Konstellationen verhandelt, hervorgebracht und angepasst. Das Herstellen, Bewahren und Bedienen konkreter, konstanter Vorstellungen von Produktqualitäten ist dabei nicht nur fragile Vorbedingung für die Entstehung langlebigerer Marktzusammenhänge. In Qualitätserwartungen fließen das materielle – sichtbare, fühlbare, riechbare, schmeckbare und/oder hörbare – Erscheinungsbild einer Ware, Herkunftsbezeichnungen und Kategorisierungen gleichermaßen ein. Ein wesentlicher Aspekt des Marktgeschehens war es daher, in jeder Transaktion die kategoriale Bezeichnung der Ware und deren sensorische Prüfung gegenüberzustellen und festzumachen, ob die sensorisch beurteilte Ware der Erwartung an ihre Betitelung entsprach, und zwar objektiv entsprach: nicht allein im Urteil der oder des Kaufenden, sondern im Zweifelsfall auch vor Schiedsinstanzen, welche etwa darüber zu befinden hatten, ob eine Warenlieferung der Warenbestellung entsprach (→Reibereien vorbeugen). Zentral war dabei die Frage der Toleranz: Wie breit oder eng waren Erwartungen an

spezifische Waren formuliert, wieviel Varianz in der Materialität und Form einer Ware statthaft?

Solche Standards werden in der Regel nicht – außer in institutionalisierten Prüfverfahren wie der Tuchsiegelung – explizit verabredet oder verordnet. Vielmehr ist es die Marktroutine, die ihrerseits Objekte und Materialien zu Waren formatiert, sie ganz wörtlich »marktförmig« macht, und so das Finden von Marktpreisen, von Verpackungsstandards und die Unterwerfung der Handelsgegenstände unter Abgaben- und Zollschemata erlaubt: Der Markt erscheint als ordnendes System bzw. als Ort der Selbstordnung von Akteur:innen und Dingen. Ein wesentlicher Aspekt ist hierbei, hinreichende Einheit in der Vielfalt zu finden, also Waren in hinreichend homogene Sorten zu differenzieren, und eine Strukturierung des heterogenen Angebots hin zu einer durch die Verkäufer:innen und potenziellen Käufer:innen handhabbare Sortenkonkurrenz herzustellen. Diese Differenzierung und Sortenkonkurrenz ist einerseits stabil und kontinuierlich gedacht und leitet Akteure an, sich in ihrem Anbieten und Nachfragen in sie zu fügen. Andererseits verändert sie sich in der Marktdynamik, gerade weil die Akteure nicht nur innerhalb der Regeln spielen, sondern in der Suche nach eigenem Vorteil auch mit den Regeln spielen – etwa Sarkhej-Indigostücke einfach einmal flach formen.

Eva Brugger / Alexander Engel



Gewinne begrenzen

Das Streben nach Gewinn gilt als Motor der Wirtschaft, seine rechtliche Begrenzung hingegen als Bremse. Der Blick auf konkretes Marktgeschehen zeigt jedoch, dass Preisbildung das Ergebnis komplexer Abwägungsprozesse ist und sowohl das Gewinnstreben als auch die ›freie‹ Preisbildung eine Rolle spielen.

Der 9. September 1581 war kein guter Tag für William Gosley. Der Bäcker wurde nämlich an diesem Samstag von einem Marktgericht in Edgware, einige Kilometer nordwestlich von London, zu einer Geldstrafe von 12 Pfennigen verurteilt, weil er verbotenerweise gewürzte Kuchen gebacken hatte. Das war aber nicht sein einziges Vergehen, musste er doch zudem »for not appearing with his bread when summoned for weighing before the clerk« ein deutlich höheres Bußgeld von 40 Pfennigen zahlen. Während nun die Strafe für die Herstellung gewürzter Kuchen zwar kurios anmutet, aber leicht nachvollziehbar ist – es war schlicht verboten, solche herzustellen –, wirft die zweite Verurteilung zunächst einmal eine Frage auf: Warum mussten Bäcker wie Gosley überhaupt vor dem Marktschreiber (*clerk of the market*) erscheinen, um ihr Brot wiegen zu lassen? Hier trifft es sich nun, dass es auch für einen weiteren Bäcker kein guter Tag war. William Heydon war mit seinen Produkten zwar nämlich zum offiziellen Wiegen erschienen, aber das hätte er besser nicht getan, denn seine Weißbrotlaibe für einen Pfennig erwiesen sich als um 5 Unzen zu leicht, sein gleichteures Schwarzbrot um 4 Unzen. In der Folge wurde Heydon zu einer empfindlichen Strafzahlung von 10 Schilling, immerhin 120 Pfennigen, verurteilt – »for breaking the assize of bread«.[1]

Der obrigkeitlich bestallte Marktschreiber ließ also Brote wiegen, um zu überprüfen, ob sich die Bäcker an die für den Brotmarkt geltende *Assize of Bread* hielten. Dabei handelte es sich um die englische Variante einer für die

Lebensmittelmärkte des frühneuzeitlichen Europas und seiner Kolonien typischen Erscheinung – der Brottaxe.[2] Mit diesem Instrument regulierten die Obrigkeiten den Zusammenhang von Brotpreis und Brotgewicht, wobei charakteristischerweise und im Unterschied zu den meisten anderen Preistaxen gerade nicht der Preis, sondern das Gewicht der Brotlaibe verändert wurde, wenn sich die Getreidepreise änderten. Und vor diesem Hintergrund wird auch verständlich, dass William Heydon nicht verurteilt wurde, weil sein Brot zu teuer, sondern weil es zu leicht war. Die Strafe zielte damit mittelbar vor allem auf den zusätzlichen Gewinn, der sich durch den Normbruch einstreichen ließ: Wer zu leichte Brote backte, der konnte insgesamt mehr Brote backen – und dementsprechend für mehr Geld verkaufen.

Dass William Heydon (und vermutlich auch William Gosley) damit auf illegale Weise ihren Profit steigerten, ist damit offenkundig, aber warum taten sie das? Möglicherweise lag das gar nicht in ihrer Absicht, denn es war technisch gar nicht so einfach, die Brotgewichte richtig zu treffen. Unterstellt man hingegen Vorsatz, was gerade bei Unterschreitung des vorgeschriebenen Gewichts nahe liegt, dann sind immer noch verschiedene Motive möglich: Handelte es sich um kriminell übersteigertes Gewinnstreben oder um eine notwendige Überlebensstrategie, weil die unter der Brottaxe möglichen Erträge nicht ausreichten? Solche Fragen werden auch John Powell umgetrieben haben, der die beiden Bäcker 1582 in Edgware zur Rechenschaft zog. Denn 1595 veröffentlichte eben dieser John Powell, *clerk of the market* des königlichen Haushalts, eine veränderte Version der *Assize of Bread*. Seit dem Spätmittelalter hatte die englische Monarchie mittels dieser Verordnung den Preis von Brot und anderen Grundnahrungsmitteln reguliert. Schon drei Jahre zuvor war sie von Powell selbst überarbeitet und mit Tabellen, die für jeden Getreidepreis das aus diesem resultierende Gewicht der verschiedenen Brotsorten angaben, an die lokalen Magistrate und Marktbeamten im ganzen Königreich geschickt worden.[3] Nun war jedoch eine erneute Überarbeitung nötig geworden, denn in der ersten Ausgabe von 1592, so führte Powell zur Begründung aus,

»there was no alowance given for the Bakers, either in respect of their baking, or yet for any other needfull charges belonging unto the same misterie, but the same allowance was referred unto the descreation of all such Magistrates and officers, as should have authoritie to deale therein, according to the dearth and cheapenesse of all things thereunto necessarie«.[4]

Die Entscheidung über die Zuschläge, die den Bäckern über den Preis für das Mehl hinaus zustünden, in die Hände der lokalen Autoritäten zu legen, so Powell weiter, habe sich jedoch nicht bewährt. Denn »divers officers by reason of their unskilfulnes and want of knowledge, do not affourde the Bakers such sufficient alowaunces therein as are answerable unto all the charges of baking as this day«.[5] Daraus hätten sich – leider nicht genauer beschriebene – Auseinandersetzungen zwischen den Marktbeamten und den Bäckern ergeben, die mutmaßlich die Frage angemessener Preise und Gewinne zum Gegenstand hatten. Powells überarbeitete Richtlinien dienten also dem Zweck, den lokalen Behörden klare Vorgaben zur Festsetzung der Brotpreise zu machen, welche die als legitim wahrgenommenen Gewinninteressen der Bäcker gebührend berücksichtigten – »where by all difficulty & questions hereafter may be avoided«.[6]

Wie aber legte Powell fest, welcher Gewinn als angemessen zu betrachten sei? Der grundsätzliche Mechanismus, auf den er dafür zurückgriff, war lange bekannt. Powell bezog sich zu seiner Begründung auf eine Brotpreisverordnung aus dem Jahr 1497. Sie besagte, »that every Baker should then bee alowed two shillings for all maner of charges in baking of a quarter of wheate over and above the second price of wheate in the Market, by the which he ought to Sise his bread«.[7] Das Gewicht der zum Festpreis verkauften Laibe (*half-penny loaf* oder *penny loaf*) stieg und fiel damit je nach dem aktuellen Getreidepreis. Die Festsetzung des *Gewinns* der Bäcker hingegen erfolgte in Form eines pauschalen Zuschlags zu diesem aktuellen Getreidepreis. Powell machte auch deutlich, wie sich dieser Zuschlag legitimierte. Er argumentierte, dass die etwa 100 Jahre vor seiner Zeit festgesetzten zwei Schilling pro Quart Getreide für die Gegenwart zu wenig seien. Denn, so seine Überlegung,

> »at the publishing of the saide olde Assise booke al manner of charges and other thinges necessary belonging to the said misterie of baking, were far better cheape then now they are. (viz) In Fuell, yeast, servants wages, house rents, and charges of hospitalitie, and so generally of all other kinde of things«.[8]

Es waren also den Bäckern entstehende Aufwendungen, die den ihnen zu gewährenden Zuschlag determinieren. Wie ernst Powell diese Überlegung nahm, ist daran ersichtlich, dass er bei der Frage, wie hoch der Zuschlag zu bemessen sei, zwischen Stadt und Land unterschied. Auf dem Land sah er vier Schilling als angemessen an, in den städtischen Zentren billigte er den Bäckern aber einen Zuschlag von sechs Schilling pro verbackenem Quart Ge-

treide zu. Zur Begründung verwies er, modern gesprochen, auf die höheren Lebenshaltungskosten in der Stadt.[9]

Im Kern bildete also das Auskommen der Bäcker die Legitimationsbasis für die ihnen zustehenden Erträge. Man kann darüber streiten, ob der Begriff ›Gewinn‹ im heutigen Sinn für diese Auffassung überhaupt angemessen ist, denn sie lässt nur wenig Platz für die Prämierung individueller Leistungen in der Marktkonkurrenz. Allerdings beinhaltet sie auch keine Ablehnung des Marktmechanismus, denn die Funktionsweise der Brotpreisregulierung setzte diesem zwar Grenzen, basierte aber prinzipiell auf der Akzeptanz der Überlegung, dass »dearth and cheapenesse« höhere bzw. tiefere Preise zur Folge haben mussten. Und noch in einem anderen Punkt erscheinen Märkte bei Powell als legitime Formen des Austauschs. Denn während er für die *Brot*preise umfangreiche Überlegungen zur Einhegung des Marktmechanismus anstellte, zog er die marktförmige Preisbildung für *Getreide* an keiner einzigen Stelle in Zweifel. Das war typisch für die frühneuzeitliche Lebensmittelpolicey, die regulierende Eingriffe in die *Getreide*märkte weitgehend ablehnte und dabei auch hohe Gewinne der beteiligten Händler:innen akzeptierte.[10]

Gleichwohl liegt damit bei der *Assize of Bread* eine Konstellation vor, die gerne als ›typisch‹ für frühneuzeitliche Märkte angenommen wird: Die Obrigkeiten setzen aus marktfremden Gründen – im Fall des Brotes: aus Gründen der Versorgungssicherheit – Preise und Gewinnmargen fest. Genuin wirtschaftliche Faktoren werden dabei zwar gelegentlich berücksichtigt, wie etwa Teuerungen durch John Powell, aber das Gewinnstreben der individuellen Marktteilnehmer:innen steht letztlich doch außerhalb des Abwägungsprozesses. Und das zieht dann unter Umständen Umgehungsstrategien nach sich, wie das Beispiel des Bäckers William Heydon zeigt, der wahrscheinlich zu leichte Brote backte, um mehr als den erlaubten Gewinn zu erzielen. Dass frühneuzeitliche Obrigkeiten Fragen der Gewinnbegrenzung und Preisregulierung aber oft auch anders und kontroverser betrachteten, zeigt ein zweiter Fall, der sich ein halbes Jahrhundert später auf der anderen Seite des Atlantiks zutrug, in *Nieuw Amsterdam* – heute bekannt als New York –, dem Verwaltungssitz der Kolonie *Nieuw Nederland*.[11]

Am 19. November 1653 verabschiedete der Rat der Kolonie unter Vorsitz von Generaldirektor Peter Stuyvesant eine differenzierte Preistaxe, mit der auf eine »große und übermäßige Teuerung«[12] reagiert werden sollte, die gleichermaßen Handelswaren, Lebensmittel, Getreide und Arbeitslöhne betreffe. Die Verordnung, die an Vorläufer vom September anschloss, welche je-

doch leider nicht überliefert sind, setzte Höchstpreise unter anderem für Männerschuhe, Seife, Olivenöl, Kerzen, Essig, spanischen wie französischen Wein und Brandy fest. Bei anderen Waren, so die Verordnung weiter, ließe sich der Preis jedoch nicht so einfach bestimmen, da sich die Qualität der einzelnen Waren zu stark unterscheide. Das treffe vor allem auf bestimmte Kleidungsstücke und Textilien zu. Aus diesem Grund seien beispielsweise Haarlemer und Leidener Leinen von der Preisfestsetzung ausgenommen. Zudem könnten ohnehin nicht alle Waren einzeln aufgeführt werden, die für die Unterhaltung von Farmen und Haushalten notwendig seien. Für alle diese Fälle wurde daher kein konkreter Preis festgesetzt, sondern ein Aufschlag von maximal 120 Prozent auf den Einkaufspreis erlaubt. Um die Einhaltung dieser Norm zu ermöglichen, wurden die Verkäufer zudem verpflichtet, potenziellen Kunden auf Nachfrage den Einkaufspreis durch Vorlage der Rechnung nachzuweisen.[13]

Die Kaufleute Neu-Amsterdams waren empört und nahmen nur drei Tage später mit einer Petition, die von 23 Händlern unterzeichnet wurde, schriftlich Stellung.[14] Mit klaren Worten drückten sie ihren Unmut aus: Die verordnete Regulierung importierter Güter sei nur mit großen finanziellen und ökonomischen Verlusten und damit einem Rückgang des Handels umzusetzen. Einen solchen Rückgang gälte es jedoch, so betonten die Unterzeichner der Petition mehrmals, unter allen Umständen zu verhindern. Hohe Export- und Importzölle, Konvoikosten, Frachtrechnungen, Versicherungen, Zinszahlungen (auf Kapitalinvestments) und das Risiko von Schiffbruch, Verlust und Verfall rechtfertigten und begründeten, so die Händler in ihrer Stellungnahme, vielmehr eine nicht regulierte Gewinnmarge. Die Neu-Amsterdamer Händler forderten ihrerseits Generaldirektor und Rat auf, entsprechend der freihändlerischen Praxis in den Niederlanden wie in anderen Ländern, das Recht zu erhalten, ihre Waren ohne Preisbindung zu verkaufen. Für den Fall, dass die Verordnung gegen ihren Willen durchgesetzt werden würde, behielten sich die Händler vor, ihre Waren nicht länger zum Kauf anzubieten. Alles sei besser, so ihre Meinung, als die Waren mit Verlust oder nur geringem Gewinn zu verkaufen. Bei einem Entgegenkommen der politischen Entscheidungsträger würden sie jedoch garantieren, vor allem Kleidung zu fairen Preisen anzubieten.

Einige Monate später schaltete sich eine dritte Partei in den Konflikt ein – aus Amsterdam erhielt Generaldirektor Stuyvesant einen Brief der Direktoren der Westindischen Kompanie (WIC).[15] Die WIC war die niederländische Variante eines gegen Ende des 16. Jahrhunderts »neuen Typus der staat-

lich privilegierten, mit Handels-Monopolen und mit Souveränitätsrechten in Übersee ausgestatteten Kapitalgesellschaft«.[16] Es handelte sich also um ein privatwirtschaftlich organisiertes Unternehmen, das in seinen ›westindischen‹, also atlantischen Kolonien zudem politische Herrschaft ausübte – die Amsterdamer Direktoren waren nicht nur Stuyvesants Arbeitgeber, sondern auch seine Obrigkeit. Sie waren nun alles andere als erfreut über die gewinnbegrenzenden Preistaxen, die unter seinem Vorsitz beschlossen worden waren. Im Gegenteil, sie schlugen sich auf die Seite der Kaufleute: Die Verordnungen seien nicht nur impraktikabel, sondern auch »höchst schädlich für den Staat«;[17] sie würden allen Handel verbannen, die WIC um Einnahmen bringen und die weitere Entwicklung der Kolonie verhindern. Es sei allgemein bekannt, so die Direktoren weiter, dass die »Erwartung von Gewinn der größte Ansporn«[18] sei, um in die Kolonien zu gehen. Daher und aus vielen anderen Gründen müsse der Handel unbedingt »liber ende vrij«[19] (›frank und frei‹) sein, wobei die Paarformel als Verstärker diente, hier also einen vollständig unbeschränkten Handelsverkehr ohne Gewinnbeschränkungen oder Preisfestsetzungen meinte.

Dieser Fall verkompliziert die herkömmliche Vorstellung von frühneuzeitlicher Marktregulierung erheblich, denn hier ist es auf einmal die Obrigkeit selbst, die jedes externe Einwirken auf die freie Preisbildung verhindern will und zudem das Gewinnstreben ins Zentrum ihrer politökonomischen Überlegungen stellt. Nun könnte man einwenden, dass es sich hier insofern um eine Ausnahme handelt, als dass die WIC ja eben nicht nur Obrigkeit, sondern gleichzeitig auch eine privatwirtschaftliche Handelsgesellschaft war, von der man entsprechende Positionen erwarten könne. Hier lohnt nun der Blick auf einen dritten Fall, der sich zwar mehr als ein Jahrhundert später zutrug, nämlich 1782, aber am selben Ort, welcher nun New York hieß.

Die politische Situation war ähnlich brisant, denn während Neu-Amsterdam 1653 kurz vor der Eroberung durch die englische Krone stand, sollte New York kurz nach der hier folgenden Episode an die Vereinigten Staaten fallen. 1782 aber war die Stadt noch das Zentrum der britischen Kriegsführung in Nordamerika während des Amerikanischen Unabhängigkeitskrieges (1775–1783).[20] Dieser Krieg verschlang Unsummen an Geld, und eines der wichtigsten Probleme bestand auf britischer Seite darin, die notwendigen Summen vom Schatzamt in der Metropole in die Kolonien zu transferieren. Für diese finanzlogistische Dienstleistung hatte die Krone die Londoner Gesellschaft Harley & Drummond unter Vertrag genommen, die zu die-

sem Zweck in New York eine Partnergesellschaft installiert hatte, Gordon, Biddulph & Gordon.[21] Deren Teilhaber hatten unter anderem die Aufgabe, in New York sogenannte ›Wechsel‹ gegen Bargeld an die lokalen Kaufleute zu veräußern, um die so erhaltenen Münzen an die Militärverwaltung weiterzuleiten.

Bei Wechseln handelte es sich um Wertpapiere (→Verbriefen), die vor allem im Fernhandel genutzt wurden, um Gelder bargeldlos transferieren und auf diese Weise ebenso teure wie riskante Münztransporte vermeiden zu können (→Transportieren). Zu diesem Zweck verkauften Gordon, Biddulph & Gordon in New York Wechselbriefe mit einem festen Nominalwert an lokale Kaufleute, die ausreichende Bargeldreserven hatten, um die Wechsel damit zu bezahlen. Die Wechselbriefe wurden dann nach London geschickt, wo sie von Harley & Drummond zugunsten der Kaufleute eingelöst wurden. Diese konnten die Gelder dann für ihre Geschäfte in London verwenden, während Harley & Drummond die Beträge zuzüglich einer Kommission vom staatlichen Schatzamt refundiert bekamen.[22] In New York bestand damit folgende Marktsituation: Gordon, Biddulph & Gordon boten Wechsel auf London an, Kaufleute fragten diese Wertpapiere nach, wenn sie Gelder dorthin transferieren wollten. Dementsprechend hing der Preis der Wechselbriefe zumindest auch vom Verhältnis von Angebot und Nachfrage ab: Aufgrund der angespannten Kriegslage war letztere jedoch eingebrochen, so dass die Wertpapiere zuletzt nur noch mit einem Abschlag von fünf Prozent hatten verkauft werden können: Für einen Wechsel auf London in Höhe von 100 Pfund Sterling erhielten Gordon, Biddulph & Gordon in New York also nur noch Bargeld im Wert von 95 Pfund. Nachteilig war diese Situation nun vor allem für die britische Regierung, denn Harley & Drummond waren laut Vertrag berechtigt, alle Wechselkursverluste, auch die ihrer Partnergesellschaften, vollständig auf das Schatzamt abzuwälzen. Angesichts dessen war der ebenfalls in New York residierende britische Oberbefehlshaber für Nordamerika, General Guy Carleton, ermächtigt, Obergrenzen für entsprechende Abschläge zu verordnen.

Ende November 1782 spitzte sich die Lage noch weiter zu, und die New Yorker Gesellschaft beantragte bei General Carleton eine Erhöhung des zulässigen Abschlags auf zehn Prozent. Zur Prüfung dieses Anliegens setzte der *Commander-in-chief* am 1. Dezember eine fünfköpfige Kommission ein, der neben dem obersten Richter von New York, William Smith, hochrangige Militärs angehörten, etwa Kriegskommissar Brook Watson und der stellvertretende Generalzahlmeister William Deane Poyntz. Nachdem die Kommis-

sion den Oberbefehlshaber schon am 7. Dezember darüber informiert hatte, dass die beantragte Erhöhung aufgrund der »Expectation of Moneyed Men [...] and their power in the present Moment of enforcing it«[23] notwendig sei, übergab sie am 30. des Monats ihren ausführlichen Bericht, der vor allem auf eine »Consideration of the Causes of this Necessity & the Means of preventing it in future«[24] gerichtet war. Dieser Bericht ist hier vor allem deswegen von Interesse, weil sich die Kommissionsmitglieder unter anderem intensiv mit der Frage der Preisbildung befassten:

»But on this Head we beg leave to observe, that tho we admit that Money in the View in which it comes under our Consideration is a Commodity which like all others ought to bear a Price according to the Quantity of it at Market, compared with the Demand, yet this Principle however universal, requires that both those Conditions should have free Scope, & fairly meet each other. But this is not the State of Things here«.[25]

Hier ist von einer Skepsis gegenüber dem Marktmechanismus überhaupt nichts zu spüren, im Gegenteil: Es wird ausdrücklich normativ vorausgesetzt, dass sich Preise über das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage bilden sollen (→Reibereien vorbeugen). Aber gerade das sei im konkreten Fall nicht gegeben, weil – und das ist der Clou des Berichts – der Marktmechanismus durch die Kaufleute ausgehebelt würde:

»the Quantity of the monthly Demand by Government is almost Exactly known, & known to be always alike urgent whereas the Money itself may be easily secretly withheld to wait on Advantage. Out of this Condition combinations among Moneyed Men [...] will naturally arise, in Order to lift up their Money above the natural Price, & therefore such Combinations are always to be suspected as the latent Cause«.[26]

Diese Formulierungen klingen fast so, als hätten die Kommissionsmitglieder Adam Smiths erst sechs Jahre zuvor erschienene *Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* gelesen, in der er immer wieder den »wretched spirit of monopoly« der Kaufleute beklagt.[27] Es mag nun dahinstehen, ob die New Yorker Kaufleute tatsächlich entsprechende Absprachen getroffen oder sogar regelrechte Kartelle gebildet haben, aber die zugrundeliegende Informationsasymmetrie hat die Kommission zutreffend beschrieben: Die Kaufleute konnten immer schon im Voraus ungefähr wissen, wieviel Geld nachgefragt werden würde. Nimmt man nun hinzu, dass es sich bei den Händlern, die Wechsel kauften, um eine relativ kleine und intern sehr gut vernetzte Gruppe handelte, bedurfte es wohl nicht einmal expliziter Absprachen, um die Geldpreise zugunsten der Kaufleute zu ›regulieren‹ – hierfür waren die wechselseitigen Erwartungserwartungen völlig

ausreichend (→Preisbildung beeinflussen). Was auf den ersten Blick also als Regulation erscheint, die Festsetzung des Abschlags auf zehn Prozent, erweist sich vielmehr als Reaktion auf die offenkundige Marktmacht der Kaufleute. Diese Macht resultierte nach Meinung der Kommission aber gerade nicht aus dem Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage. Und daher zielten die Lösungsvorschläge der Kommission auch nicht darauf, den Marktmechanismus einzuhegen, sondern vielmehr darauf, seine Störung durch die Kaufleute abzustellen. Denn eine effektive Gewinnbegrenzung wurde ja gerade für den Fall erwartet, dass Angebot und Nachfrage sich »free« und »fairly« treffen würden.

Im Kontext frühneuzeitlichen Marktgeschehens gab es also nicht nur regulationswillige (oder sogar -wütige) Obrigkeiten und freihändlerische Kaufleute: Es gab mindestens auch Obrigkeiten, die Gewinnstreben für legitim und ›freie‹ Preisbildung für normativ geboten hielten und beide Faktoren in ihre Abwägungsprozesse einbezogen, wenn es um marktregulierende Maßnahmen ging. Und es gab auch Kaufleute, die von sich aus versuchten, das Marktgeschehen in ihrem Sinne zu ›regulieren‹, also etwa durch Absprachen oder die Ausnutzung von Informationsasymmetrien die ›freie‹ Preisbildung auszuhebeln – ein Verhalten, das Fernand Braudel sogar als typisch für kapitalistische (Fern-)Kaufleute ansah.[28] Maßnahmen der Preisfestsetzung und der Gewinnbegrenzung sind damit historisch zu verstehen als das Ergebnis komplexer Abwägungsprozesse, in denen sowohl das Profitstreben als auch die ›freie‹ Preisbildung eine Rolle spielen.

Eva Brugger / Peter Kramper / Tim Neu



Kaufen

Normative Literatur entwirft Kaufen als raumzeitlich und sozial zentriertes Geschehen. Tatsächlich vollzieht sich Kaufen jedoch oft auf eine ›verteilte‹ Art und Weise: Auswählen und Abrechnen können zeitlich getrennt voneinander und/oder an verschiedenen Orten stattfinden, und zudem sind nicht immer alle Akteur:innen in alle Teilpraktiken involviert.

In der Theorie ist alles ganz einfach: »Der kauf und verkauf,« so heißt es 1758 in *Der Teutschen rechtsgelahrtheit* von Johann Georg Estor, »ist ein geding, welches über eine für einen gewissen preiß eigentümlich zu übergebende sache gestiftet wird«.[1] ›Geding‹ meint dabei in der Frühen Neuzeit gemeinhin entweder »Ding, Sache, Angelegenheit« oder »Vorgang, Geschehen«[2] und betont damit die Einheitlichkeit des Gemeinten: Es handelt sich um *einen* Vorgang respektive *eine* Übertragung im Zuge derer etwas, das im Eigentum einer Person steht, mittels einer Gegenleistung an eine andere Person übergeben wird. Ganz ähnlich blicken Juristen auch in England auf die Praxis des Kaufens: »Sale or exchange is a transmutation of property from one man to another, in consideration of some price or recompense in value: for there is no sale without a recompense; there must be *quid pro quo*«.[3] (Ver-)Kaufen wird in solchen Kontexten als ein einheitlicher Akt konzipiert. Damit verbindet sich zumeist die Annahme, dass dieser Akt zu einem bestimmten Zeitpunkt, an einem bestimmten Ort, unter zuvor bestimmten Personen und unter bestimmten Handelsusancen vonstattengeht. Kaufen wird als *punktuelles Geschehen* imaginiert.

In der Praxis konnte das jedoch völlig anders aussehen, wie beispielsweise mehrere Quellen zur Alten Eidgenossenschaft zeigen. So berichtet etwa William Coxe von seiner Reise ins schweizerische Muttental im 18. Jahrhundert ein »merkwürdiges Beyspiel«. Seine lokale Reisebegleitung zeigte ihm

»auf beyden Seiten der Strasse, die durch das Muttenthal führt, mehrere Reihen von kleinen unbewohnten Buden, die mit verschiedenen Waaren, auf denen der Preiß bemerkt ist, angefüllt sind. Jeder Reisende, der etwas kaufen will, geht in die Buden, nimmt die Waare und hinterläßt den Preiß, welchen der Eigenthümer das Abends abholt«.[4]

Waren konnten in diesem Tal also ihre:n Eigentümer:in wechseln, ohne dass sich die beteiligten Personen überhaupt persönlich trafen; Verkäufer:in und Käufer:in mussten nicht unbedingt zur selben Zeit am selben Ort sein. Hier gestaltete sich der Kauf nicht als vollständig punktueller Akt, sondern als ein im Hinblick auf die beteiligten Akteur:innen zeitlich ›gedehntes‹ Geschehen. Verkäufer:in und Käufer:in tauschten Ware und Geld nicht gleichzeitig und direkt aus, sondern vermittelt über die Verkaufsbude in einem dreischrittigen Prozess. Sofern es eine hinreichende Vertrauensbasis für ein solches Arrangement gibt, bietet es viele Vorteile, darunter ein vielleicht nicht sofort offensichtlicher: Die Nachfrager:innen können die Waren in aller Ruhe und unbeeinflusst begutachten. Dass hier ein Problem vorliegen kann, zeigt eine Klageschrift der Winterthurer Bäckermeister aus dem 16. Jahrhundert. Ihnen war wichtig, dass sich potenzielle Kund:innen ungestört über das Warenangebot informieren und in Ruhe eine Auswahl treffen konnten, also während ihres Entscheidungsprozesses nicht gestört wurden. Das Verkaufspersonal in den Brotlauben dürfe – so ihre Forderung – die potenziellen Kund:innen nicht bedrängen. Vielmehr müsse jede:r nach Belieben einkaufen können.[5]

Hier zeigt sich deutlich, dass einer Kaufentscheidung mitunter längere Phasen des Inspizierens und Ausprobierens vorgängig waren.[6] Auch diese konnten räumlich und zeitlich getrennt vom vermeintlichen ›Kern‹, dem wechselseitigen Austausch von Ware gegen Geld, stattfinden. In einem Inserat im *Zürcherischen Wochen-Blatt* von 1804 wurden etwa verschiedene Sorten Erbsen zum Kauf angeboten. Um dem Bedürfnis potenzieller Kund:innen entgegenzukommen, die Ware in ihrer Beschaffenheit in Beschau nehmen zu können (→Form finden), betonte die Anzeige die Möglichkeit, »Muster zum probieren«[7] vorab zu erhalten. Umgekehrt konnte es aber auch vorkommen, dass solche Prüfmöglichkeiten erst obrigkeitlich erzwungen werden mussten. Eine Zürcher Marktordnung, die den Kauf und Verkauf von Brettern, Schindeln und Rebpfählen regeln sollte, legte 1778 fest, dass Bretter, die von Privatleuten, Handwerkern oder Gesellschaften vorab bestellt wurden, vor dem Verkauf zur Visitation auf dem Marktplatz aufgestellt werden mussten.[8]

Der Transport von Waren zum Verkaufsort (→Transportieren) ist somit ebenfalls unverzichtbarer Teil des Kaufens als Geschehensganzheit. Spiegelbildlich gilt das auch für den Transport der Ware nach dem Eigentumswechsel, die bisweilen erst zu späteren Zeitpunkten von den neuen Eigentümer:innen abgeholt oder gar – gleich oder später – durch Dritte geliefert werden konnte. Im europäischen Fernhandel gingen Großkaufleute besonders im frühen 19. Jahrhundert verstärkt zu Lieferhandelsgeschäften über und verdichteten die geübte Praxis zu verbindlichen Reglements (→Reibereien vorbeugen): Die vom Kauf zeitlich und räumlich weit getrennte Lieferung und Überstellung von Waren wurde hier zum Standard. Aber auch Endverbraucher:innen machten gern von der Möglichkeit Gebrauch, Einkäufe nicht selbst nach Hause tragen zu müssen. Zu diesem Problemkreis finden sich insbesondere im englischen Kontext illustrative Quellen, auf die im Weiteren noch zurückzukommen ist. Hier möge ein Tagebucheintrag von Samuel Pepys aus der Weihnachtszeit des Jahres 1662 als Illustration genügen: »Up. My wife to the making of Christmas-pies all day, being now pretty well again. And I abroad to several places about small businesses; among others, bought a bake-pan in Newgate-market and sent it home; it cost me 16s«.[9]

Inspizieren, Auswählen, Bezahlen, Übereignen und Transportieren stehen jedoch nicht, auch das machen die Quellen deutlich, verbindungslos und unzusammenhängend nebeneinander. Sie können als Teilvorgänge zwar räumlich und/oder zeitlich voneinander getrennt sein, bilden aber doch einen praktischen Zusammenhang, eine erkennbare Geschehensganzheit. Das galt in jedem Fall für Kaufleute, wie sich einem praxisnahen *Briefsteller für junge Kaufleute, oder Handbuch für solche, die sich der Handlung widmen* vom Ende des 18. Jahrhunderts entnehmen lässt. Einer der Beispielsbriefe, den ein wahrscheinlich fiktiver Kaufmann namens Huhn in Riga an einen Herrn Martens in Hamburg schreibt, der das Geschäft von einem Herrn Simson übernommen hat, lautet folgendermaßen:

»Hochgeehrtester Herr!

[…] Belieben [Sie] mir […] zwanzig Oxhöft Chatteau Margaux dem Antrag zu Folge zu übersenden. Laut meines Correspondenten Philipps in Altona Nachricht, wird der Schiffer Thomas Youens Ladung auf Riga nehmen. Zeichnen Sie auf dies Schiff, wenn es nicht zu spät ist. Mein Conto hab ich gewöhnlich dem seel. Herrn Simson auf Amsterdam an Van der Hart et Comp. trassirt, weil ich mit diesem Hause in anderweitiger Verbindung stehe. Werden Sie dies acceptieren, oder soll ich direkte nach Hamburg remittiren?«[10]

Auch dieser Brief zeigt zunächst eindrücklich, dass Kaufen mitnichten ein punktueller Akt sein musste, sondern auch als ein raumzeitlich ›ausgedehntes‹ und ›verteiltes‹ Geschehen ausgestaltet sein konnte: Das hier vorgeschlagene Geschäft verbindet schließlich eine Weinlieferung von Hamburg nach Riga mit einem bargeldlosen Bezahlvorgang, der über Amsterdam läuft und die Transaktion zudem in zeitlich und räumlich noch weiter ausgreifende Kredit- und Geschäftsnetzwerke einbettet. Gleichzeitig wird aber ebenso deutlich, dass der Brief alle diese Einzelvorgänge miteinander in Verbindung bringt und damit letztlich von *einem* Kaufgeschehen die Rede ist. Kaufen kann ein Bündel *verteilter Praktiken* sein.

Das wussten nun nicht nur die Kaufleute, sondern auch die Obrigkeiten. Und es war ihnen recht so, denn es eröffnete ihnen die Möglichkeit, die verteilten Praktiken je einzeln normativ zu regeln in der Absicht, auf diese Weise auch die ansonsten in ihrer Gesamtheit schwer fassbaren Kaufvorgänge kontrollieren zu können. In einer Anzeige der Zürcher Verwaltungskammer, die am 6. Mai 1800 erschien, heißt es beispielsweise:

»Alle diejenigen Bürger, welche von den Früchten, die der B[ürgermeister Johann] Herzog von Effingen, Volksrepräsentant und Regierungs-Commissarius, in Basel, in Frankreich ankaufen und nach Basel bringen lassen, allda in kostendem Preis abholen und in kostendem Preis kaufen wollen, um selbe zu ihrem Vortheil wiederum auf ofnem Markt in unserem Canton [Zürich] zu verkaufen, sind anmit eingeladen, sich mit den deshalb nöthigen Säcken, Fuhren und Baarschaft so schleunig als es jedem möglich seyn kann, nach Basel zu begeben«.[11]

Das Inserat legt erstens Zeugnis davon ab, dass die Zürcher Verwaltung vor allem darauf abzielte, das reibungslose Funktionieren des eigenen Getreidemarkts sicherzustellen, was in der Tat zu den wichtigsten Aufgaben frühneuzeitlicher Obrigkeiten gehörte.[12] Dann zeigen diese wenigen Zeilen zweitens, dass der Verwaltung klar war, dass eben dieses Funktionieren Getreidekaufvorgänge voraussetzte, die in ihrer Gesamtheit weit über Zürich hinausgriffen. Und drittens wird deutlich, dass die Verwaltung bestrebt war, die einzelnen Teilpraktiken im Hinblick auf das Ziel der kantonalen Versorgungssicherheit vorzustrukturieren, wenn sie die Kaufleute hier etwa ausdrücklich darauf hinwies, sich um die in Basel notwendigen Zahlungs- und die für den Transport nach Zürich notwendigen Transportmittel zu kümmern.

In diesem Fall handelte es sich nun ausdrücklich um eine ›Einladung‹ seitens der Zürcher Obrigkeit, was wohl damit zusammenhängt, dass ein grenzüberschreitendes Kaufgeschehen angestoßen werden sollte. Innerhalb

der eigenen Grenzen war für frühneuzeitliche Obrigkeiten allerdings das gesetzliche Gebot das Mittel der Wahl, wenn es um die Regulierung und Rahmung des Marktkaufs ging. Wie im frühneuzeitlichen Europa üblich, waren auch in Zürich alle ›systemkritischen‹ Märkte teilweise bis ins Kleinste reguliert – allen voran die Märkte für Getreide, Brot, Fleisch, Fisch und Tuche.[13] Wie aus der Vielzahl der Verordnungen vom 15. bis ins frühe 19. Jahrhundert hervorgeht, setzte die Obrigkeit in vielen Fällen bei den leichter fassbaren Teilpraktiken an und trug mit ihrer Regulierungspolitik damit zu einer (zumindest normativen) Fixierung des ›verteilten‹ Charakters des Kaufens bei.

Das begann bei der Regulierung der Zeit: Aus einer Verordnung der Stadt Zürich betreffend die Kaufmenge von Getreide auf dem Kornmarkt von 1770 geht beispielsweise hervor, dass diejenigen, die eine obrigkeitlich festgelegte Menge von Getreide nicht abnehmen konnten, vom regulären Kornmarkt ausgeschlossen wurden. Konkret regelt die Verordnung unter Abschnitt 3:

»Damit [...] Denen, so weniger als 6 Mutt [...] bedorfen, auch geholfen, und dem Verkaufer nicht die Beschwerd aufgelegt werde, das Geld so in kleinen Portionen zu beziehen, haben Unsere Gnadigen H Herren die Verordnung gemacht, daß das hierzu benothigte Quantum sammenthaft angekauft, und dann Morgens darauf, [...] einem jeden Verburgerten, Hintersassen oder Landmann, was er bedarf, gegen baare Bezahlung an gutem Geldt, [...] uberlassen werden«.[14]

Der Kornmarkt fand regulär am Freitagnachmittag statt. Mit dieser Verordnung wurde das Kaufgeschehen jedoch zeitlich gestreckt und nach Käufergruppen differenziert, denn ab sofort kaufte die Obrigkeit am Freitag eine größere Menge Getreide ein, die dann am Samstagmorgen in kleinen Portionen an diejenigen weiterverkauft wurde, die weniger als sechs Mütt benötigten. Ebenfalls auf die zeitliche Dimension bezog sich eine andere Verordnung der Stadt Zürich, die knapp zwanzig Jahre später erlassen wurde und die Einfuhr von fremdem Wein, den Weinhandel und das Verbot des Weinfürkaufs betraf. Mit der Verordnung legten der Bürgermeister sowie der Große und Kleine Rat der Stadt Zürich fest, dass fremde Personen, die Wein in Zürich gekauft, aber noch nicht ausgeführt hatten, eine zweimonatige Frist für die Ausfuhr erhielten. Dieselbe Verordnung verbot auch spekulative Käufe von Wein aus Trauben, die noch unreif an den Reben hingen.[15] Der Verkauf bzw. der Kauf von Wein konnte erst beginnen, wenn die Trauben an den Reben reif waren. Während im Fall des Getreidemarkts das Kaufgeschehen zeitlich ausgedehnt wurde, ging es der Obrigkeit hier darum, eine Streckung von Kaufvorgängen über bestimmte Grenzen hinaus gerade zu

verhindern – kein Kauf *vor* der Traubenreife, keine Lagerung für mehr als zwei Monate *nach* dem Kauf.

Aber nicht nur die zeitliche Erstreckung wurde reguliert, auch die räumliche Verteilung. Eine weitere Ordnung der Stadt Zürich betreffend den Verkauf und Fürkauf von Obst, Gemüse und diversen weiteren Lebensmitteln aus dem späten 18. Jahrhundert betont gleich zu Beginn, dass »[a]lle unsere Angehorige zu Stadt und Land verbunden seyn, diejenigen Nahrungsmittel, so sie zu verkauffen haben, auf die in unserer Stadt und Landschaft geordneten gewohnten Markte zu tragen, und solche dorten an freyem offentlichem Markt in ehrlichem und billichem Preiß zu verkauffen«.[16] Der Marktzwang für Lebensmittel ist typisch für frühneuzeitliche Städte, doch entscheidend ist hier vor allem, dass von Märkten im Plural die Rede ist, denn damit wird das (Ver-)Kaufgeschehen aus Sicht sowohl der Anbieter:innen wie auch der Nachfrager:innen anhand der verschiedenen Lebensmittel räumlich segmentiert: Wer Brot und Fleisch erwerben will, muss dementsprechend zwei verschiedene Marktorte aufsuchen – die sich jeweils einzeln auch besser kontrollieren lassen.

Darüber hinaus ließen sich die verschiedenen Regulierungen auch miteinander kombinieren: So schrieb die soeben erwähnte Ordnung vor, dass Gartengewächse und Steinobst immer zuerst auf dem Markt an der unteren Brücke in Zürich angeboten werden mussten, im Anschluss daran aber in den Gassen zum Verkauf ausgerufen werden durften. All das – räumliche Segmentierung und zeitliche Terminierung des Kaufgeschehens – hatte dabei gute Tradition: Schon 1529 hatte ein Zürcher Mandat den Angehörigen des Stadtstaates ein Vorkaufsrecht auf dem Kornmarkt wie den Wochenmärkten eingeräumt, das so lange währte, bis die Marktglocke zu St. Peter läutete.[17]

Die obrigkeitliche Absicht, den mitunter kleinteiligen, raumzeitlich verteilten Charakter des Kaufens zu organisieren und zu fixieren, war dabei keine Schweizer Besonderheit, wie ein kurzer Vergleich im Hinblick auf die Durchsetzung von Vorkaufsrechten ergibt: War in Zürich das Läuten einer Kirchenglocke entscheidend, so wird in Johann Gottfried Schaumburgs *Einleitung zum Sächsischen Rechte* von einem visuellen Signal berichtet: »An denen meisten Orten wird zu dem Ende ein sogenannter Markt-Wisch ausgestecket, wodurch angezeiget wird, daß, so lange dieses Zeichen zu sehen ist, nicht ein jeder kaufen darf, sondern blos diejenigen, welche Lebens-Unterhalt suchen«.[18] Es handelte sich um ein Strohbündel, das gut sichtbar an einer Stange angebracht wurde. Johann Heinrich Ludwig Bergius schließ-

lich fasst die gängige Praxis in seinem *Policey- und Cameral-Magazin* 1791 unter Verweis auf ein anderes Marktzeichen zusammen: »In den meisten Marktordnungen ist 11 Uhr bestimmt, vor welcher Zeit die Händler nicht kaufen dürfen. An einigen Orten wird eine Fahne ausgestecket, wenn es den Händlern nunmehr erlaubt seyn soll, zu kaufen«.[19]

Welche Effekte die obrigkeitlichen Verordnungen tatsächlich zeitigten, muss an dieser Stelle ebenso offenbleiben wie die Frage, inwiefern Obrigkeiten mit ihrem Bemühen, die zeitlich und räumlich verteilten Teilpraktiken des Kaufens zu organisieren, letztlich zum Erhalt der verteilten Struktur des Kaufens beitrugen. Die Zielrichtung aber war klar: Die Obrigkeiten arbeiteten daran, die wirtschaftlichen Verhältnisse möglichst weitgehend an ein Ideal anzupassen, das es in Form eines zeitgenössisch populären Sprichworts sogar bis in die *Oekonomisch-technologische Encyklopädie* von Johann Georg Krünitz geschafft hatte – »Man muß kaufen, wenn es Markt ist«.[20] Wann, wo und unter welchen Regeln und Bedingungen für welche Waren Marktkauf erlaubt war, genau dafür sahen sich die Obrigkeiten zuständig.

Aber auch die mächtigsten Obrigkeiten stießen ganz wörtlich dort an ihre Grenzen, wo Markt- und Kaufgeschehen sich grenzüberschreitend vollzog. Auch das war typisch für die europäischen Gemeinwesen der Frühen Neuzeit und ihre Kolonien, führte aber erst im Verlauf des 18. Jahrhunderts zu einer Abstrahierung des Marktbegriffs: So war, um noch einmal auf Quellen zur Eidgenossenschaft zurückzukommen, ein weiterer Reiseschriftsteller im späten 18. Jahrhundert der Meinung, es bestünde nunmehr »eine Art von beständigem Jahrmarkt in Europa«.[21] Und in diesem Kontext lassen sich auch Versuche beobachten, das Kaufen tatsächlich zu dem zu machen, was es für die abstrahierenden Theoretiker immer schon war – ein einzelner, gleichsam punktualisierter Akt.

Zunächst noch einmal zurück zu Samuel Pepys: Dieser hatte, wie oben schon erwähnt, in der Weihnachtszeit des Jahres 1662 auf dem Newgate Market in London eine Backform erstanden, diese aber nicht direkt mitgenommen, sondern zu sich nach Hause liefern lassen, entweder vom Verkäufer selbst oder einer:m eigens beauftragten Träger:in. Dieser Vorgang wird im Tagebuch einfach nur erwähnt, es war für Pepys offenbar völlig unproblematisch, dass er die Ware zwar selbst aussuchte und bezahlte, den Transport dann aber in fremde Hände legte. Gut anderthalb Jahrhunderte später hätte John Trusler über ein solches Verhalten allerdings den Kopf geschüttelt. In seinem 1786 erschienenen und 1790 neu aufgelegten *The London Adviser and*

Guide: Containing Every Instruction and Information Useful and Necessary to Persons Living in London and Coming to Reside There empfahl er stattdessen:

»If you hire a basket-woman at market, or a porter to carry any thing for you home, which you may have bought, tell such person where he is to carry it, and make him walk before you all the way. Your eye will then be upon him, and if he slips away from you, it will be your own fault. If it be inconvenient to attend him, employ no such person but whom you know, or is known to the person with whom you deal«.[22]

Auch für den wohlhabenden Autor Trusler war es Ende des 18. Jahrhunderts noch selbstverständlich, für den Transport von Markteinkäufen die Dienste von Träger:innen in Anspruch zu nehmen, aber er warnt eindringlich davor, diese auch nur einen Moment aus den Augen zu lassen. Die von Trusler imaginierten Marktteilnehmer:innen sollten vielmehr den Marktkauf in seiner Gesamtheit, also einschließlich des Transports, persönlich beaufsichtigen, was vor allem der räumlichen Trennung verschiedener Praktiken klarerweise enge Grenzen setzt. Generalisiertes soziales Misstrauen führt hier also zur Empfehlung, den Grad der raumzeitlichen Auf- und Verteilung des Kaufgeschehens nicht zu sehr zu steigern. Mehr noch, Trusler plädiert in seinem Ratgeber an vielen Stellen sogar explizit dafür, das Kaufen möglichst auf einen einzigen Zeitpunkt ›zusammenzuziehen‹, es zu *einem* Akt zu punktualisieren. So empfiehlt er beispielsweise im Hinblick auf die Heimlieferung von Brot Folgendes:

»Baker's men, who carry the bread round to their customers, will sometimes, if families run up a bill, sell a loaf or two by the way, and put the money into their pockets, telling their masters, that they left them at such and such houses. The master, of course, charges the customer for the bread he never had; and, when the bill comes to be paid, it perhaps occasions a dispute, and the buyer finds himself obliged to pay for it after all. To avoid this, the best method is, never to run up a bill with a baker, but to pay for the bread as it is left«.[23]

Die »beste Methode« besteht also laut Trusler darin, jede tägliche Brotlieferung direkt zu kontrollieren und zu bezahlen. Die Brotversorgung des eigenen Haushalts wird damit als Folge voneinander unabhängiger Einzelkäufe vorgestellt, in denen jeden Tag aufs Neue alle wesentlichen Praktiken – Inspizieren, Kontrollieren, Bezahlen, Abrechnen – zu einem ebenso einheitlichen wie abgeschlossenen Akt an der Haustür verbunden werden. Langfristige, auf (soziales) Vertrauen und (wirtschaftlichen) Kredit gegründete Geschäftsbeziehungen, deren zeitliche Erstreckung durch eine Vielzahl von Lieferungen und gelegentliche, zusammenfassende Abrechnungen rhythmisiert wird, werden von Trusler hingegen als betrugsanfällig

diffamiert – obwohl es sich um die Standardkonstellation frühneuzeitlichen Wirtschaftens handelte.[24]

Die intendierte Auflösung raumzeitlich umfassender sozio-ökonomischer Geschäftsbeziehungen in unverbundene Serien von Einzelkäufen hing jedoch an einer entscheidenden Bedingung – der Verfügbarkeit und Akzeptanz von Bargeld. Und in diesem Kontext belegt der *London Adviser and Guide* vor allem, dass um 1800 auch in der imperialen Weltmetropole London noch kein *cash nexus* etabliert war, von einer durchgehenden Monetarisierung nicht gesprochen werden kann:

»I must repeat here, that 15 or 20 per cent. may be saved in many articles, by buying them at the first hand, and paying ready money, where it conveniently can be done, besides preventing things being charged a family never had. However, by no means should a bill be run up, with either butcher, baker, chandler, green-grocer or milkman«.[25]

Der zweite Satz verallgemeinert zunächst die vorher schon für Brot ausgesprochene Warnung vor kreditbasierten, längerfristigen Kaufbeziehungen gleich für alle Güter des täglichen Bedarfs. Hierbei ist zu bedenken, dass nachdrückliches Abraten in vielen Fällen als Beleg dafür gelten kann, dass es sich in der Praxis gerade so verhielt, raumzeitlich weitgestrecktes Kaufgeschehen also wahrscheinlich nach wie vor an der Tagesordnung war. Betrachtet man die gesamte Passage, so erscheint nun auch explizit das Bargeld (»ready money«) als konstitutives Mittel des punktualisierten Kaufens: Sofortige Barzahlung verhindere nicht nur Abrechnungsbetrug, sondern ermögliche auch noch Preisnachlässe in Höhe von bis zu 20 Prozent, wobei letztere Eigenschaft noch einmal deutlich macht, dass Bargeld knapp und entsprechend begehrt war. Und schon aus diesem Grund erweist sich Marktteilnahme allein durch punktualisierte, voneinander unabhängige Barkaufereignisse als eine nicht verallgemeinerbare Empfehlung, wäre ihre allgemeine Befolgung doch nur in einer durchgehend monetarisierten Gesellschaft möglich. Diese aber gab es in der Frühen Neuzeit weder in London noch in Zürich oder überhaupt irgendwo.

Was es gab und auch heute noch gibt, sind Gemengelagen und Bandbreiten – von zeitlich weit gestreckten und räumlich weit verteilten Kaufvollzügen, die zum Teil zu vertrauens- und kreditbasierten Geschäftsbeziehungen verstetigt werden, bis hin zu punktualisierten Kaufakten, die ereignisgleich kommen und gehen.[26] Da aber Theorie wie Alltagsverstand eher letztere als implizites Modell annehmen, bleibt es wichtig, darauf hinzuweisen, dass Kaufen wie Verkaufen auch als ›verteilte‹ Praktiken ausgestaltet

sein können, die sich – zeitlich gestreckt und räumlich segmentiert – zu verschiedenen Zeiten und an mehreren Orten von unterschiedlichen Personen vollziehen können, die aber dabei zugleich als praktisch zusammenhängende Geschehensganzheiten erkennbar bleiben.

Eva Brugger / Tim Neu



Konservieren

Die Verderblichkeit von Waren macht deren Verkauf zur Herausforderung. Insbesondere für Lebensmittel bedarf es produktspezifischer Lösungen. Nur mit Hilfe verschiedener Konservierungspraktiken, die den Transport von Waren über räumliche und zeitliche Distanzen hinweg möglich machen, kann das Marktgeschehen ausgedehnt und verstetigt werden.

Wenn die Händler:innen auf dem Fischmarkt der Stadt Rouen[1] in der Mitte des 16. Jahrhunderts mit lauten Rufen ihre Ware anpriesen, dann waren darunter nicht nur lokale Fischsorten von der französischen Atlantikküste. Der Großteil ihres Angebots bestand vielmehr aus vor Neufundland gefangenem Kabeljau. Das Besondere an dem in Rouen feilgebotenen Kabeljau war im Gegensatz zum frischen lokalen Fisch, dass er bereits in einem aufwändigen Verfahren konserviert worden war und auch ohne moderne Kühltechnik bis zu einem Jahrzehnt aufbewahrt werden konnte. Die Konservierung war aber nicht nur ein Vorteil für die Verbraucher:innen, sondern zunächst einmal die Voraussetzung dafür, dass diese verderbliche Ware überhaupt so weit von den Fanggründen entfernt gehandelt werden konnte.

Die Händler:innen, egal ob sie kleine Mengen an Familien aus der Stadt oder ganze Wagen- und Schiffsladungen an angereiste Zwischenhändler:innen, Schiffsausrüster oder Proviantmeister von Söldnereinheiten verkauften, boten ihren Kund:innen auf dem Markt von Rouen jedoch kein einheitliches Produkt, sondern in Konkurrenz zueinander zwei unterschiedlich konservierte Varianten von Kabeljau an. Beide wurden unterschiedlich gelagert, transportiert und angeboten und boten für Kund:innen und Händler:innen unterschiedliche Vorteile. Die erste Variante war grünlicher Nassfisch, der in kleineren Fässern geliefert und auf dem Markt entweder in Wannen oder auf feuchten Tüchern ausgelegt zur Ansicht präsentiert wurde. Das Konkur-

renzprodukt dazu war in große Fässer oder Kisten verpackter blassgelber Trockenfisch, der den Kund:innen auf Schnüre aufgefädelt oder lose gestapelt gezeigt wurde. Beide Varianten waren mit Hilfe von Salz konserviert, wenn auch in unterschiedlicher Menge, und mussten vor der Zubereitung zunächst in Süßwasser eingelegt werden.

Trotz dieser Gemeinsamkeit bot der blassgelbe Trockenfisch den Kund:innen einige Vorteile: Im Vergleich waren Transport und Lagerung deutlich einfacher. Bei geringem Gewicht bot er eines der besten Verhältnisse von Proteinen zu Nettogewicht, das man auf den Märkten Rouens bei einem Nahrungsmittel finden konnte.[2] Außerdem war diese Variante, wenn sie trockengehalten wurde, länger haltbar als der Nassfisch. Sie war ideal für Seeleute und Soldaten, aber auch für jeden Anderen, der Reiseproviant benötigte. Diese logistischen Vorzüge machten Trockenfisch außerdem für Zwischenhändler:innen interessant, die in Rouen einkauften, um den Fisch entweder über Flüsse und Straßen nach Paris und Ostfrankreich oder über die See bis nach Italien oder sogar auf die Kanaren zu exportieren (→Transportieren).[3]

Aufgrund seiner logistischen Vorteile und der Nachfrage der Großhändler:innen erzielte der Trockenfisch im Vergleich zu der in Salzlake eingelegten Variante einen höheren Preis. Der Nassfisch war somit günstiger und für eine lokale und regionale Kundschaft eine gute Wahl, welche die schwerere Ware nur über kurze Wege transportieren musste. Der schon im Rohzustand sehr hohe Proteingehalt von 80 Prozent des Gewichtes und die lange Haltbarkeit des verarbeiteten Fisches machten ihn zu einer günstigen Fastenspeise in katholischen Ländern und zu einer wichtigen Ressource für die Proteinversorgung von Seeleuten und Soldaten. In der Mitte des 16. Jahrhunderts waren knapp 60 Prozent des nicht nur in Rouen, sondern auch in Portugal, Frankreich und Spanien insgesamt gehandelten Fisches konservierter Kabeljau.[4] Um die Nachfrage auf dem Markt von Rouen zu decken, brachen allein aus dieser Stadt im Jahr 1541 sechzig Schiffe auf, die im Laufe des Jahres teilweise zwei Fangfahrten in die Gewässer vor Neufundland unternahmen.[5] Sie waren dort aber keineswegs allein. Fischer aus dem Baskenland, der Bretagne, der Normandie, Bristol, Plymouth, den niederländischen Hafenstädten oder aus Portugal nahmen ebenfalls Kurs auf die Region – um 1580 waren es bereits knapp 500 Schiffe, die ein oder zweimal im Jahr dorthin fuhren.[6]

Diese hohe Zahl zeigt, dass die Praktik der Konservierung sowohl vielfache lokale Marktgeschehen als auch die Bildung weitreichender Handels-

netze erst möglich machte, denn die ursprünglich für die Sicherung der eigenen Subsistenz entwickelten Methoden zur Überwindung der Temporalität des Rohstoffes Fisch hatten ihn zu einer Ware mit erheblicher Reichweite gemacht. Doch mehr noch: Wie nicht nur anhand von Kabeljau, sondern auch von Getreide gezeigt wird, führten unterschiedliche Praktiken der Konservierung dazu, dass miteinander verflochtene Märkte entstanden und sich unterschiedliche Praktiken des Handels ausbildeten. Gemeinsam lässt sich anhand beider Waren somit zeigen, welche weitreichenden Folgen sich für Märkte aus der Überwindung von Temporalität ergeben.

Getreide bietet sich hierfür aus mehreren Gründen als zweites Beispiel an. Zum einen handelt es sich um die zentrale und auch in der Frühen Neuzeit zeitgenössisch meistbeobachtete Ware zur Sicherung der Nahrungsmittelversorgung in Europa. Zum anderen unterscheiden sich seine Charakteristika und die angewendete Konservierungsmethode erheblich vom Kabeljau. Sie brachten dementsprechend zwar andere, aber zugleich ähnlich weitreichende und komplexe Konsequenzen für Märkte hervor.

So gab es beispielsweise auch im frühneuzeitlichen Köln ein mit Rouen vergleichbar reges Markttreiben, bei dem große Mengen haltbarer Grundnahrungsmittel im Zentrum standen. Im 18. Jahrhundert gab es in der Stadt am Rhein sogar nicht weniger als acht Märkte, auf denen Käufer:innen Getreide angeboten wurde.[7] Köln zählte bereits seit dem Beginn der Frühen Neuzeit, neben anderen rheinischen Städten wie Düsseldorf oder Neuss, zu den wichtigsten Getreidehandelszentren des Heiligen Römischen Reiches. Anders als auf den städtischen Wochenmärkten, wo Getreide nur eine von vielen gehandelten Waren war, fungierten Getreidemärkte wie in Köln – ähnlich wie der Fischmarkt von Rouen – als überregionale und zum Teil auch internationale Umschlagplätze für große Mengen. Hier verkauften neben Bäuer:innen der Region vor allem auch professionelle Kaufleute.[8] Die Händler:innen verkauften dort unter freiem Himmel unterschiedlich große Mengen an Weizen, Gerste, Hafer und vor allem Roggen. Verpackt in Fässern oder Säcken wurde das Getreide präsentiert. Interessent:innen konnten die Ware direkt vor Ort begutachten und über den Preis verhandeln.[9] Bereits seit dem 14. Jahrhundert ging das hier gehandelte Getreide vor allem ins gewerblich verdichtete Hinterland sowie in weiter entfernte Nachfragegebiete des Reiches und in die Niederlande.[10]

Die Obrigkeiten sowie die Kaufleute standen aber beim Getreide vor einer besonderen Herausforderung, denn anders als Fisch steht Getreide naturgemäß zwar nur einmal im Jahr zur Verfügung, wird aber bis zur Verbrei-

tung der Kartoffel im 19. Jahrhundert das ganze Jahr hindurch als Grundnahrungsmittel nachgefragt. Zwar hat Getreide wiederum im Vergleich zu Fisch eine längere Haltbarkeit, dennoch verlieren auch Getreidekörner im Laufe der Zeit an Qualität (in Form von Nährstoffgehalt) und können verderben. Um also über das Jahr hinweg und auch darüber hinaus, gerade in Zeiten schlechter Ernten, kontinuierlich ausreichend Getreide anbieten zu können, wurde es seit jeher konserviert.[11]

Während beim Kabeljau unterschiedliche Arten des Konservierens zwei unterschiedliche Produkte hervorbrachten, war dies beim Getreide anders. Hier gab es nur eine Möglichkeit des Konservierens: Die zumeist gedroschenen Körner wurden direkt nach der Ernte an einem trockenen, dunklen aber gut belüfteten Ort eingelagert. Als Speicherorte eigneten sich Dachböden, Scheunen oder auch eigens errichtete Getreidespeicher.[12] Während der Lagerung selbst galt es, durch ein regelmäßiges Umwälzen der Getreidemengen der Gefahr eines Schädlings- und Krankheitsbefalls entgegenzuwirken. Je schlechter aber der Zustand des Korns bei der Ernte war (wenn es beispielsweise nass geerntet wurde), desto schlechter waren auch die Bedingungen für das Lagern und desto höher das Risiko für große Verlustraten beim Speichern sowie Qualitätseinbußen des Getreides, wodurch der Verkaufswert sank. Darüber hinaus lässt sich am Beispiel des Getreides im Gegensatz zum Kabeljau viel deutlicher erkennen, dass Konservieren als Praktik im Europa der Frühen Neuzeit alltäglich war und primär der lokalen Subsistenzsicherung diente. Dementsprechend ist auch nicht verwunderlich, dass letztlich nahezu jede:r Produzent:in oder Konsument:in Getreidelager anlegte: Je nach Lagerkapazität reichte dies von kleinen Vorräten auf Dachböden bei Bäuer:innen im ländlichen Raum bis hin zu großen Getreidemagazinen in den Städten, die von den dortigen Obrigkeiten angelegt wurden. Allein in den Krisenjahren 1768 bis 1774 ist belegt, dass die Stadt Köln beispielsweise bis zu 3,3 Millionen Liter (ca. 20.000 Kölner Malter) Getreide bevorratete, um die Versorgung zu sichern.[13] Hinzu kommt allerdings, dass Getreide – ebenso wie konservierter Fisch – auch ein stark gehandeltes Gut war und seine Lagerung immer auch kommerziellen Zwecken diente. Innerjährliche sowie überjährliche Getreidespeicher konnten bewusst marktvorbereitend eingesetzt werden: Kaufleute nutzten Zeiten niedriger Preise aus, um große Mengen Getreide einzulagern und sie in Phasen höherer Preise gewinnbringend zu verkaufen. Getreidespeicherung zur Profitsteigerung einzusetzen war eine zeitgenössisch ebenso umstrittene wie empfohlene Methode. So heißt es bereits im 18. Jahrhundert

bei John Mortimer in seiner Abhandlung der *Ganzen Wissenschaft des Feld- und Ackerbaus*: »dahero ist in wohlfeiler Zeit nöthig, sich einiger von folgenden Methoden zu bedienen, um Getreide gegen Theuerung aufzuschütten, welches man in dürren Jahren wohlfeil kaufen muß, so wird mans in nassen Jahren gewiß theurer verkaufen können«.[14] Der höhere Gewinn, der sich für die Verkäufer:innen ergab, war letztlich anders als beim Kabeljau aber kein direkter Mehrwert durch die Konservierung an sich, sondern entstand durch Spekulation auf zukünftige Getreidepreisfluktuationen (→Prognostizieren). Gab es in den Folgejahren der Aufspeicherung beispielsweise keine Preissteigerung, war die Investition schlimmstenfalls umsonst, da das »alte« Getreide im Vergleich zum »neuen« an Wert verlor.

Die Besonderheit der Getreidemärkte lag aber nicht nur in ihren großen Umschlagsmengen, sondern auch in ihrer Organisation: Die lokalen Obrigkeiten,[15] vertreten durch die städtische Marktpolizei,[16] führten engmaschige Kontrollen auf den Märkten durch. Auf diesem Wege wurden Qualitäten des (gelagerten) Getreides sowie Mengen und Preise genau im Blick behalten (→Gewinne begrenzen). Unter anderem konnte so das Anbieten von älterem Getreide zu überhöhten Preisen vermieden werden. Die obrigkeitlichen Eingriffe sollten so Nachfrage sowie Preise auf den Märkten mittel- und auch langfristig weitestgehend stabil halten. Diese Mechanismen stehen dabei im Zusammenhang zu den Marktordnungen, die auf vielen Märkten gültig waren. Diese umfassten Regelungen zum Marktzwang sowie den lokal geltenden Münzen, Maßen und Gewichten und explizit auch zu den Mengen bevorrateten Getreides. Ausschlaggebend für den Handel war die Pflicht, im Vorhinein Mengen und Preise zu veröffentlichen[17] sowie den Umfang von privaten und öffentlichen Getreidevorräten bekanntzugeben.[18] So wussten die Marktteilnehmer bereits im Vorhinein, wieviel Getreide zu welchen Preisen zum Verkauf stand. Die Absicht hinter dieser Marktregulierung war offensichtlich: Auf diesem Weg sollte die ausreichende Versorgung der Bevölkerung gesichert werden.

Anders als Getreide, verlor der Kabeljau durch seine Konservierung nicht langsam an Wert, sondern wurde erst durch diesen Prozess zu einer weit über Hafenstädte wie Rouen hinaus zentralen Handelsware im Europa der Frühen Neuzeit.[19] Vor Ort in Neufundland standen die jährlich mehreren tausend Fischer jedoch vor der Frage, auf welche der beiden möglichen Arten sie den Fisch für die Kunden in Rouen und andernorts konservieren sollten. Ihre Entscheidung – nass oder trocken – trafen sie sowohl aufgrund der Nachfrage, aber auch anhand vorhandener und mitgebrachter Ressourcen,

maritimer Risiken sowie der politischen Lage in Europa. Wie beschrieben lag in dieser Wahlmöglichkeit zwischen zwei Methoden des Konservierens ein zentraler Unterschied zum Getreide, insbesondere da die Wahl unterschiedliche Wirkung auf weitere marktvorbereitende Maßnahmen und den Handel hatte.

Diese Zusammenhänge werden deutlich, wenn man der Spur des Produktes von den Marktständen in Rouen bis zu den Schiffen vor Neufundland zurückverfolgt.[20] Die Fischer aus Rouen verarbeiteten dort ihren Fang ebenso wie ihre Rivalen aus dem Baskenland, Portugal und Spanien meist direkt an Bord. Sie nahmen den Fisch zuerst aus, legten ihn dann sofort in Salzlake ein und verpackten ihn schließlich in Fässer. Die Laderäume füllten sich so relativ schnell, was die Reisezeit kurzhielt. Die Folgen waren geringer Verschleiß der Schiffe und niedrigere Lohnkosten. Außerdem mussten die Fischer sich den unbekannten und teilweise gefährlichen Küsten nur selten nähern. Voraussetzung für diese Arbeitsweise war allerdings, dass große Mengen an Salz günstig zur Verfügung standen. Dies war für südeuropäische Fischer und auch für Franzosen kein Problem, da sie Salz im eigenen Land kaufen konnten – anders als beim Getreide beeinflusste die markterermöglichende Praktik des Konservierens hier also auch andere Märke, da der Salz- und der Fischhandel verflochten waren. Fischer aus England hatten jedoch keinen so einfachen Zugang zu Meersalz wie ihre südlichen Konkurrenten. Sie übernahmen daher die in Skandinavien erprobte Methode der Lufttrocknung, die durch Zugabe einer geringeren Salzmenge die langfristige Konservierung ermöglichte. Allerdings musste der Fang dafür auf See ausgenommen, vorgesalzen und dann rasch an Land gebracht werden, wo er auf Gestellen oder auf den Klippen getrocknet wurde. Dieser Prozess war zeitaufwändig, zudem musste der Fisch während der Trocknung gegen Wettereinflüsse und Tiere geschützt werden. Infolgedessen blieben Seeleute abwechselnd an Land und die Schiffe liefen mehrfach die Küsten an, was zu genauer Kenntnis über Gefahrenstellen und die Landschaft führte. Dabei arbeiteten die Europäer:innen mit Mitgliedern der indigenen Gemeinschaft der Beothuk zusammen, die sich gegen Handelswaren an der Arbeit beteiligten, die sie wiederum zu Handelsplätzen im Hinterland brachten. Somit war ein weiterer (Tausch-)Markt mit der Konservierungsmethode verflochten.

Vergleicht man das komplexe, transatlantische Ressourcenmanagement beim Kabeljau mit der Konservierung von Getreide, so fällt auf, dass für das Konservieren von Getreide im Vergleich deutlich weniger materielle Voraussetzungen sowie Wissen und Fertigkeiten vonnöten waren. Als Folge

einer einfachen und alltäglichen Konservierung bedarf es bei der Magazinisierung von Getreide aber an viel mehr Orten einer stärkeren Regelung und Kontrolle. Gerade das Verhalten von Händler:innen, das Marktangebot bewusst künstlich zu verknappen, um davon zu profitieren, stieß auf Kritik. Um dem entgegenzuwirken, gab es im Interesse der Bevölkerung früh obrigkeitliche Maßnahmen[21] zur Sicherung der Marktliquidität:[22] So kontrollierte beispielsweise die Obrigkeit in Köln bereits im 16. Jahrhundert die Höhe der privaten Vorräte in den Haushalten und ließ ein städtisches Getreidemagazin errichten.[23] Weitere ordnungspolitische Maßnahmen, auch »Verwaltung des Mangels«[24] genannt, nahmen maßgeblich Einfluss auf Preisgestaltung und Absatzmengen: Dazu gehörten das Festsetzen von Höchstpreisen, die Beschlagnahmung privater Vorräte, Zwangsverkäufe, obrigkeitliche Getreidezukäufe oder eine Limitierung bis hin zum Verbot des professionellen Handels in Krisenzeiten. Bisweilen limitierte man auch die Käufermenge: In Köln wurden 1768 auswärtige Bettler:innen der Stadt verwiesen, um die geringen Getreidemengen nicht weiter zu verringern.[25] Und auch steuerpolitisch nahm die Stadt auf den Handel Einfluss, um Spekulationen vorzubeugen: Mit Hilfe sogenannter »Korntaxen« setzte man die Marktpreise des Getreides fest (→Gewinne begrenzen). In diesem Zusammenhang sind auch die Eingriffe Friedrich Wilhelms I. sowie seines Sohnes Friedrichs II. in Preußen zu erwähnen, die in ähnlicher Form von anderen Territorialherrschaften betrieben wurden: Sie ließen Informationen über den Getreideanbau und den Verbrauch in jeder Provinz sammeln. Dahinter stand ein Magazinsystem, in dem für mindestens eineinhalb Jahre Vorräte für die Bevölkerung vorhanden sein sollten. Friedrich wollte die hier vorhandenen Getreidemengen auch zur Preisregulierung nutzen: Sofern in einer Provinz der Preis stieg, sollten dort die Magazine zwecks Angebotserweiterung geöffnet werden; fiel der Preis, sollte das überschüssige Getreide für das Magazin angekauft werden. In der Praxis ließen sich diese politischen Absichten allerdings nur teilweise umsetzen und wurden vor allem als Instrument der Propaganda in Krisenzeiten eingesetzt (→Verbieten und verknappen).[26]

Auch wenn der Kabeljau in manchen Regionen ebenfalls ein Grundnahrungsmittel war, spielte in seinem Fall der kommerzielle Nutzen der unterschiedlichen Konservierungsmethoden eine weitaus zentralere Rolle als die Subsistenzsicherung. Dies zeigt sich daran, dass die zunächst von den Engländer:innen angewendete Methode der Trocknung an Land rasch von anderen übernommen wurde, als sich zeigte, dass damit höhere Preise erzielt wurden. Speziell Fischer aus Nordfrankreich übernahmen diese Arbeitswei-

se. Leicht zu erreichende Trockenplätze waren daher zwischen den europäischen Fischern jedes Jahr aufs Neue umstritten, so dass gewaltsame Konflikte drohten. Dagegen entwickelten die Fischer in der Mitte des 16. Jahrhunderts eine eigene Form der Konfliktlösung. Der erste Kapitän, der nach den Winterstürmen über den Atlantik kam und einen natürlichen Hafen erreichte, wurde zum Hafenadmiral ernannt und entschied über das Jahr hinweg in Streitfragen (→Reibereien vorbeugen). Auch hier führt die Konservierung als marktvorbereitende Praktik somit zu Regelungsbedarf.

Das Bevölkerungswachstum des 16. Jahrhunderts sowie die durch die Konfessionalisierung zunehmende Durchsetzung kirchlicher Normen führten schließlich zu einer immer weiter steigenden Nachfrage nach Nass- und mehr noch nach länger haltbarem Trockenfisch, der zugleich für die wachsenden Söldnerheere und Galeerenflotten als Ressource zentral war. Die Preise stiegen entsprechend und motivierten vor allem englische Händler:innen, verstärkt auf die Märkte zu gehen. Im 17. Jahrhundert etablierten sie aus der Praxis des Konservierens heraus ein komplexes Handelsnetz.[27] Sie fuhren zuerst nach Spanien oder Portugal, wo sie Salz kauften oder gegen englische Waren (etwa Tuche) handelten. Von dort ging es nach Neufundland, wo der Kabeljau gefangen und getrocknet wurde. Mit der fertigen Ware kehrten die Unternehmer dann in die iberischen Länder zurück, wo der Fisch direkt verkauft oder von Zwischenhändler:innen auf Märkte in Frankreich und am Mittelmeer geliefert wurde. Mit dem Profit kauften Engländer vor Ort mediterrane Waren wie Wein oder Öl, die bei der Rückkehr nach England einen weiteren Gewinn erzielten – insgesamt eine profitable, aber zeitaufwändige Tour. Im weiteren Verlauf des 17. und im frühen 18. Jahrhundert bildeten sich daher Kooperationen, welche dieses Handelsnetz arbeitsteilig bedienten. Hieran beteiligten sich auch niederländische Seeleute und Investor:innen. In diesem Netzwerk fuhren Fischer direkt nach Neufundland, wo Trockenmannschaften den Fisch verarbeiteten. Eigene Pendelschiffe, die Salz aus Südeuropa brachten, lieferten den fertigen Fisch dann dorthin zurück. Wieder andere Schiffe pendelten zwischen England und den iberischen Märkten, um den dritten Teil der Reise zu übernehmen. Wenn man die Besatzungen zwischen den Schiffen austauschte, konnte ein stetiger Versorgungsrhythmus aufrechterhalten werden.

Diese Entwicklung führte zu einer Vergrößerung der bestehenden Ansiedlungen und der Gründung von Städten und Forts auf Neufundland. Für die ohnehin durch Krankheiten dezimierten indigenen Gemeinschaften der Beothuk stellte die dauerhafte Besetzung der Küsten eine fatale Bedrohung

ihrer Lebensgrundlage dar. Gewaltsame Konflikte führten in Verbindung mit Nahrungsmangel und Krankheiten im Laufe des 18. Jahrhunderts daher zu ihrem Untergang als ethnischer und kultureller Gemeinschaft.[28]

Im Vergleich der Fisch- und Getreidekonservierung lassen sich letztlich sowohl Parallelen als auch Unterschiede festhalten: Beim Kabeljau zeigte sich, dass aus einem komplexen, transatlantisch organisierten Konservierungsprozess zwei distinkte Produkte hervorgingen, die oft auf denselben Märkten angeboten wurden. Auch wenn dem einzelnen Käufer, der beispielsweise in Rouen die Produkte verglich, dies sicherlich nicht bewusst war, trug die Summe der Kaufentscheidungen zu zentralen historischen Prozessen der Frühen Neuzeit bei: einer zunehmend komplexen wirtschaftlichen Verflechtung innerhalb Europas und über Ozeane hinweg sowie schließlich zur Entstehung kolonialer Herrschaft und Vernichtung indigener Gemeinschaften. Beim Getreide standen hingegen die Alltäglichkeit des Konservierens und seine Bedeutung für die Subsistenzsicherung im Vordergrund. Dass dadurch auch ein ganzjähriger überregionaler und teilweise internationaler Getreidehandel ermöglicht wird, ist hingegen von geringerer Bedeutung. Dennoch ist mit Hinblick auf das Ausnutzen von Preisvolatilitäten durch die Händler:innen auch beim Anlegen von Getreidevorräten der Profitgedanke allgegenwärtig. Da es sich beim Getreide allerdings um ein Grundnahrungsmittel handelte, folgten seit dem 18. Jahrhundert zwangsläufig und notwendigerweise obrigkeitliche Eingriffe zur Regulierung – wenngleich sie Krisen auch nur abmildern, aber nie ganz verhindern konnten.

Übereinstimmend ist bei beiden Waren festzuhalten, dass der Handel mit ihnen durch Praktiken der Konservierung überhaupt erst möglich wurde. Nur entsprechende Lagermaßnahmen konnten zeitlich begrenzte Haltbarkeit überwinden, Versorgungssicherheit herstellen und Markthandeln ermöglichen. Außerdem zeigten beide Fälle gleichermaßen, wie sich weitreichende Folgen aus der ursprünglich simplen Überwindung eines Alltagsproblems wie der Verderblichkeit von Waren ergaben.

Simon Karstens / Friederike Scholten-Buschhoff

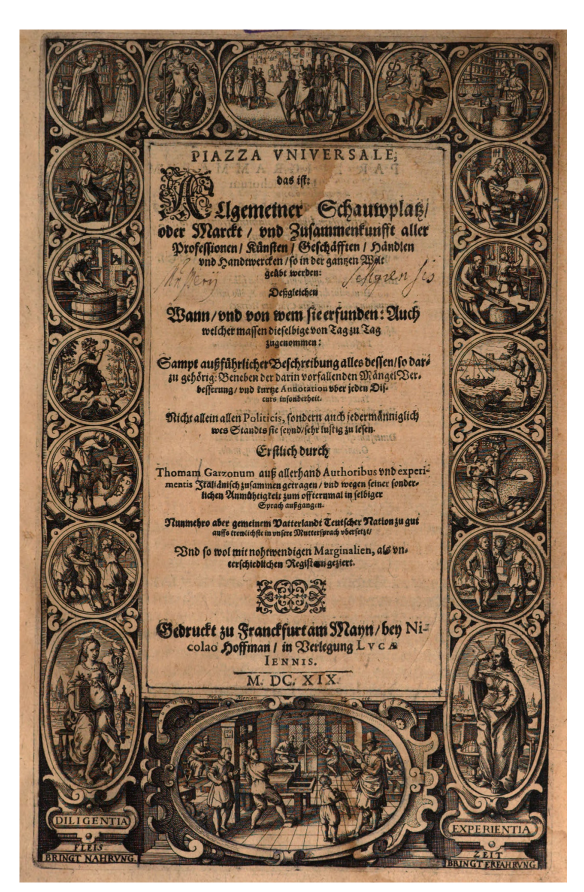


Marktwissen drucken

Der Buchdruck eröffnet dynamische Märkte, denn er macht Wissen reproduzier-, diskutier- und verteilbar. Gelehrte Autoren können im Buchmarkt eine dreifache Rolle einnehmen: Sie produzieren Inhalte, kaufen sie und geben der Reflexion über Märkte im Druckmedium eine materielle, zirkulierbare Form.

1585 publizierte der italienische Polyhistor Tommaso Garzoni seine enzyklopädische Abhandlung *Piazza Vniversale*, die sich laut Nebentitel als *ALlgemeiner Schauwplatz/ oder Marckt/ vnd Zusammenkunfft aller Professionen/ Künsten/ Geschäfften/ Händlen vnd Handwercken* verstand. Das Buch wurde als Überblick der frühneuzeitlichen Berufsstände ein Bestseller. Bis 1675 erschien es in 25 Nachdrucken sowie in lateinischer, französischer, spanischer, englischer und ab 1619 in Frankfurt am Main auch in deutscher Übersetzung.[1] Garzoni präsentiert Berufs- und Akteursgruppen, die auf Märkten aktiv oder für den dortigen Handel relevant waren. Seine Publikation konstituiert sich einerseits als textlicher Schauplatz und metaphorischer Marktplatz, der unterschiedliche Wissensbestände zusammenführt. Andererseits wurde das Buch europaweit verkauft und war selbst ein Produkt des physischen Marktes. Die *Piazza Vniversale* bietet Aufschluss darüber, wie sich der expandierende Buchmarkt reflektierte – nämlich im Medium des Buchs – und somit Praktiken des Selbstbeobachtens entwickelte. Dabei sind zwei Aspekte zentral, die hier beleuchtet werden sollen: die Materialität von Druckwaren und das mit ihnen verbreitete Wissen.

Das vom berühmten Kupferstecher Matthäus Merian stammende Titelblatt der *Piazza Vniversale* zeigt in der unteren Bildmitte die rege Arbeit in einer Druckerei (Abb. 2). Gerahmt wird die Vignette von den allegorischen Figuren der »Diligentia« und »Experientia«, die mit den Bildunterschriften »Fleis Bringt Nahrvng« und »Zeit Bringt Erfahrvng« versehen sind und den



PIAZZA VNIVERSALE,
das ist:
ALlgemeiner Schauwplatz/
oder Marckt/ vnd Zusammenkunfft aller
Professionen/ Künsten/ Geschäfften/ Händlen
vnd Handtwercken/ so in der gantzen Welt
geübt werden:
Deßgleichen
Wann/ vnd von wem sie erfunden: Auch
welcher massen dieselbige von Tag zu Tag
zugenommen:
Sampt außführlicher Beschreibung alles dessen/ so dar-
zu gehörig: Beneben der darin vorfallenden Mängel Ver-
besserung/ vnd kurtze Annotation vber jeden Dis-
curs insonderheit.
Nicht allein allen Politicis, sondern auch jedermänniglich
wes Standts sie seynd/ sehr lustig zu lesen.
Erstlich durch
Thomam Garzonum auß allerhand Authoribus vnd experi-
mentis Italiänisch zusammen getragen/ vnd wegen seiner sonder-
lichen Anmühtigkeit zum offtermal in selbiger
Sprach außgangen.
Nunmehro aber gemeinem Vatterlandt Teutscher Nation zu gut
auffs trewlichste in vnsere Muttersprach vbersetzt/
Vnd so wol mit nohtwendigen Marginalien, als vn-
terschiedlichen Registern geziert.
Gedruckt zu Franckfurt am Mayn/ bey Ni-
colao Hoffman/ in Verlegung LVCÆ
IENNIS.
M. DC. XIX.

Abbildung 2: Titelblatt der Piazza Vniversale
Quelle: Tommaso Garzoni, Piazza Vniversale; das ist ALlgemeiner Schauwplatz/ oder Marckt/ vnd Zusammenkunfft aller Professionen [...], Frankfurt am Main 1619 [ital. 1585], Titelblatt, unpag., Sign.: BSB München, 2 Var. 60.

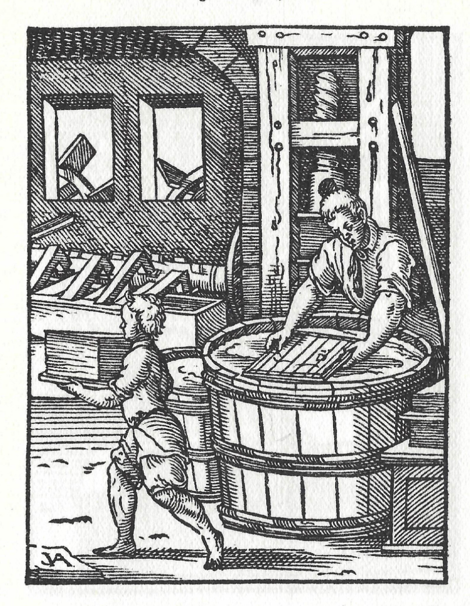
Buchdruck in einem ökonomischen Kontext verorten.[2] In der Abhandlung selbst erhalten die Buchhändler und Buchdrucker einen jeweils eigenen ›Discurs‹ – und zwar zwischen den Ausführungen über Kürschner und Säugammen. Die Abschnitte beschreiben und reflektieren Praktiken, ohne die die frühneuzeitliche Buch- und Gelehrtenkultur nicht denkbar ist. Der Passus über die Buchhändler beginnt mit einer gängigen rhetorischen Praxis, nämlich mit einem topischen Lob auf die Tradition des Bibliothekswesens seit der Antike und auf die medientechnische Neuerung des

Buchdrucks, der nicht weniger als ein Versprechen auf unbeschränktes Wissen und eine Verheißung auf umfängliche Weltkenntnis abgibt. Der Buchhandel sei »nicht vnlustig/ oder müheselig/ oder auch vnflätig/ sondern sauber vnnd rühig/ als jrgendt einer seyn mag/ Derhalben man nicht leichtlich einen sihet/ der mit vnsaubern Händen eynher gehet«.[3] Dieses Lob betrifft zum einen die bewusstseins- und imaginationsgeschichtliche Einordnung der neuen Medientechnik, die eine Expansion des Buchmarktes ermöglicht. Schon in den ersten Jahrzehnten nach Gutenberg war die Masse des Gedruckten immens. Bis 1500 gingen von den rund 250 Druckorten Europas etwa 27.000 Titel in 20 Millionen Exemplaren in den Buchhandel. Im 16. Jahrhundert belaufen sich die Schätzungen der gehandelten Bücher allein für das deutsche Sprachgebiet auf etwa 140 Millionen Exemplare.[4] Ebendiese Menge der Buchproduktion verlangte innerhalb des Gelehrtendiskurses nach einer Bewertung.

Zum anderen – und das soll hier zuerst im Fokus stehen – bezieht sich das von Garzoni so gelobte Druckgewerbe, das nicht mit »vnsaubern Händen« arbeitet, unmittelbar auf die Materialität des Buchkörpers und des Druckpapiers. Denn die Buchhändler seien »der Kauffmannschafft nahe verwandt/ dann sie nicht allein eintzige Bücher/ sondern dieselbe auch *in grosso* mit gantzen Ballen kauffen vnnd verkauffen«.[5] Der Ballen ist eine historische Einheit und bezeichnete seinerseits zehn Rieß »oder zweyhundert Buch«, ein Rieß wiederum meinte laut Zedler-Lexikon »eine Anzahl von zwantzig Buch Papier«, ein Buch schließlich entsprach 25 Bogen Druckpapier.[6] Garzonis Verweis auf die Buchballen als eine Maßeinheit des Papierhandels ist deshalb wichtig, weil sie den handwerklichen Umgang mit der Materialität des Buchkörpers und mit der Quantität des Papiers als dessen Trägermedium betrifft. Schon der Nürnberger Schuhmacher und Spruchdichter Hans Sachs listet in seinem *Ständebuch* (1568) all jene Akteure auf, die allgemein als Kaufleute oder Krämer und speziell bei der Buchproduktion involviert waren. Neben dem Schriftgießer, Reißer, Formschneider, Briefmaler bzw. Illustrator, Buchdrucker und Buchbinder findet auch der Papiermacher seinen Platz in einem Emblem (Abb. 3).

Die in der Bildunterschrift genannten »Hadern«[7] waren jene Lumpen, die gesammelt, zerschnitten, eingeweicht, ausgepresst und getrocknet wurden, um daraus Papier zu machen. Die erste deutsche Hadermühle wurde übrigens 1390 durch Ulman Stromer eben in Nürnberg gegründet. Von der Papier- und Druckqualität hing nicht zuletzt die kaufmännische Reputation eines Buchhändlers ab, auch in der Konkurrenz mit anderen Warengrup-

Der Papyrer.



Ich brauch Hadern zu meiner Mül
Dran treibt mirs Rad deß waſſers viel/
Daß mir die zſchnitn Hadern nelt/
Das zeug wirt in waſſer einquelt/
Drauß mach ich Pogn/auff dẽ filtz bring/
Durch preß das waſſer darauß zwing.
Denn henck ichs auff/laß drucken wern/
Schneweiß vnd glatt/ſo hat mans gern.
F ij Der

Abbildung 3: Der Papiermacher
Quelle: Jost Amann, Der Papyrer, in: Hans Sachs, Eygentliche Beschreibung Aller Stände auff Erden […], Frankfurt am Main: Feyerabend 1568, fol. F 2r, Sign.: Institut für Germanistik, Vergleichende Literatur- und Kulturwissenschaft, Bonn, GG 8086 E97.966.

pen: »Wenn nun ein Buch auf schön weiß Papier/ mit einer frischen Schrifft und guter Drucker-Schwärze abgedruckt vorgelegt wird/ ists so vergnüglich als kein seidner Stoff anzusehen«,[8] notierte hierzu der Jenaer Rechtsgelehrte Adrian Beier d.J. im Jahr 1690.

Doch nicht immer war das Papier so ›schneeweiß‹, ›glatt‹ und ›vergnüglich‹, wie es Hans Sachs und Adrian Beier hier suggerieren. Garzoni benennt auch die qualitativen Mängel der Druckunterlage, die von den gewinnorientierten Buchdruckern bewusst in Kauf genommen wurden. Diese seien oftmals »nur auff jren eigenen Nutzen« gerichtet, weshalb sie »das schlechste/ leichste vnnd wolfeileste Papier« auswählen, »damit es sie nur nicht zu viel koste: haben sie etwas gutes/ so muß man es jhnen doppel bezahlen/ vnd bringen es allezeit so weit hero/ daß die Fracht mehr kostet/ als die Wahr«.[9] Garzoni beklagt die schlechte Papierqualität und die hohen Fracht- und Lieferkosten, die im Falle von adeligen Käufer:innen auch von der Bestallung eigens engagierter Buchagenten und deren Korrespondenznetzwerken abhingen.[10] Daran zeigt sich im Umkehrschluss, dass die erzielten Gewinne eines Buchhändlers nicht allein auf die verfügbaren Titel zurückgingen. Neben dem Buchangebot, bei dem die Käufer:innen zwischen gebundenen und ungebundenen Exemplaren sowie zwischen unterschiedlichen Ausstattungen und Einbänden wählen konnten, umfasste das Warensortiment, wie Daniel Bellingradt für den niederländischen Buchhandel gezeigt hat, ein breites Spektrum an »papiernen Waren«[11] zum Schreiben, Drucken und Verpacken sowie an teilbedruckten Formularen für das Verwaltungs- und Geschäftswesen.

Garzonis letzter Kritikpunkt betrifft den Wiederverkauf alter oder veralteter Buchtitel. Sobald die Buchhändler »ein alt verlegen Buch« hätten, »machen sie jm einen neuwen stattlichen Titul/ daß man meynet/ man werde grosse Ding darinnen finden/ biß man es jhnen nach jhrem Willen bezahlt hat/ als dann nemmen sie es selbst auch für Maculatur nit wider an«.[12] Diese Praxis des Wiederverwendens und Neuausgebens alter Druckwaren und nicht mehr interessanter Inhalte war nur möglich unter der Prämisse, dass unter einem ›Buch‹ nicht unmittelbar ein gebundenes Exemplar oder ein geschlossenes Werk verstanden wurde, sondern ein Buchblock oder eine bestimmte Menge Druckbogen, die in unterschiedlichen Formaten, materiellen Erscheinungsweisen und Zuständen zum Verkauf angeboten werden konnten. Allerdings gab es eine recht differenzierte Einteilung und Bewertung derjenigen Akteure, die eine solche Praxis des unehrenhaften Wiederverwendens vollzogen. Adrian Beier etwa unterscheidet zwischen

dem kaufmännischen Buchhändler, der einem »der vornehmsten Stände bürgerlicher Nahrung« angehört, und dem Krämer als einer »mittlere[n] Sorte«. An letzter Stelle steht der »Höcker« oder »Scartecken-Träger/ der ein alt Lied oder Scarteck neu uflegen/ eine selbst ersonnene Wunder-Geschicht bey dem Buchdrücker ümbschmelzen/ oder einen Brief mahlen lassen/ und solches dem abergläubischen Bauer-Völckgen vorsingt und verkäufft/ dazu aber keinen andern Stand/ als einen lahmen Lehne-Stuhl so er vom Marck-Knecht gemiethet/ zu betreten hat«. Während der Buchhändler ein eigenes Geschäft hatte und die Kunden zu ihm kamen und der Krämer wenigstens in einem »kleinen Büdgen« auf dem Marktplatz saß, begriffen die Höcker und andere »elende Handels-Leute« den Markt vor allem als Ereignis, bei dem sie den Kunden mit wenigen gedruckten, ungebundenen Exemplaren quasi nachlaufen und spontane Verkaufssituationen schaffen mussten, weil sie keinen fest installierten Stand besaßen (→Verlosen, verschießen, versteigern).[13]

Eine ähnliche Geringschätzung wie die Höcker, Schleuderer und Hausierer erfuhren – jedenfalls in der gelehrten Auseinandersetzung – das anonyme Nach- und Raubdrucken sowie die Umgehung von Druckprivilegien, also exklusiven Publikationsrechten, als illegitime Praktiken. Der populäre Theologe Aegidius Henning kritisierte in seinem Werk *Gepriesene Büchermacher* (1666) all jene »Nachteulen«, die ihre Waren »In Verlegung NN. Buchführers zu N. gedrucket bey NN.« anpriesen und damit einem »Diebischen Wesen dienten«.[14] Solch ein theologisches Verdammungsurteil, das sich freilich auf das siebte Gebot stützen konnte, ließ sich ergänzen um zahlreiche juristische und politische Ordnungsmaßnahmen zur Eindämmung all jener missliebigen und verbotenen Praktiken. In einem einschlägigen lateinischen Traktat zum Buchwesen, der 1675 erschien und 1750 ins Deutsche übersetzt wurde, fasst der Rechtsgelehrte Ahasver Fritsch diese Ordnungsmaßnahmen minutiös zusammen. Er liefert aber auch konkrete Praxisbeispiele wie »die Bücher-*Visitatores* zu Franckfurt«, die 1608 auf Anweisung Kaiser Rudolphs II. den »Betrug etlicher Buchdrucker« aufdeckten, deren Waren unerlaubterweise mit der Formel *Cum Gratia & Privilegio* auf dem Titelblatt angeboten und deshalb vom Stadtrat konfisziert wurden (→Verbieten und verknappen).[15]

Gerade weil die Ubiquität der Druckwaren nicht immer auf legalem Wege zustande kam oder die Kaufmannsehre durch schlechte Produktqualität angegriffen wurde, ist die gelehrte Reflexion des Buchmarktes oftmals mit moralischen Argumenten aufgeladen. Ein weiterer Grund hierfür lässt sich zumindest indirekt aus einer Bemerkung Garzonis ableiten: Wie die Buch-

händler »vnter vnnd mit einander selbst vmbgehen«, schreibt er, »solches gehet die Gelehrten nicht an/ vnnd mögen sie sehen/ wie sie mit einander mit außsetzen/ tauschen/ vnnd zahlen vberein kommen/ Darbey ich sie auch billich bleiben lasse«.[16] Der Gelehrtendiskurs kann sich also zu den konkreten ökonomischen Marktpraktiken gar nicht direkt verhalten, weil die Akteur:innen dort entweder keine Einsicht in ihre Abläufe zulassen oder weil sie für außenstehende Beobachter:innen unverständlich bleiben oder nicht von weiterem Interesse sind. Die häufig dominanten und moralisch besetzten Werturteile des Gelehrtendiskurses gegenüber dem Buchhandel erlauben dennoch eine komplementäre Sicht auf dessen Praktiken.

Neben die eher materialitätsbezogene, buchgeschichtliche Perspektive auf die Druckwaren tritt darum eine eher wissensgeschichtliche Perspektive auf die Effekte ihrer Expansion. Bei Garzoni schließt sich diese zweite Sicht unweigerlich an. Zumindest die kaufmännischen Buchhändler seien

> »desto mehr zu lieben vnd zu ehren/ dieweil sie dem gantzen Vatterland dienen/ sintemal man durch hülffe jhrer Bücher alles wissen vnd erfahren kan/ was man nur begeret/ sonderlich heutiges tages/ da alle Künste vnnd Grillen an Tag gedruckt/ vnnd offentlich verkaufft werden/ daß man also ohne sonderliche Mühe zu allen Wissenschafften kommen/ vnnd alle Künste/ so vorzeiten verborgen gewesen/ erlernen kan/ Wie man dann solches in der That findet/ wann man in einen Buchladen kompt/ so findet man allerhand Tractaten/ von Krieg/ von Liebe/ von Künsten/ von Regierung/ von Emptern/ von Handwercken/ *in summa*, was man nur erdencken oder begeren kan«.[17]

Der Buchhandel macht demnach ein Versprechen der permanenten und umfänglichen Verfügbarkeit unterschiedlichster Wissensbestände. Auffällig hierbei ist jedoch, dass Garzoni nicht den öffentlichen Marktplatz, sondern den Buchladen erwähnt. Denn anders als der frei zugängliche Marktplatz, auf dem alle möglichen Waren gehandelt wurden und auf dem – wie bei Beier gesehen – die Höcker ihre minderen Produkte anboten, markiert der Buchladen einen Ort, an dem sowohl materiell als auch inhaltlich eine hohe Qualität zu erwarten war. Hierin begründet sich eine zumindest implizite Abwertung des Buchhandels auf Marktplätzen. Nichtsdestoweniger konnten selbst bekannte Verlagshäuser wie Endter in Nürnberg nicht allein auf den stationären Buchhandel im Geschäft setzen. Sie waren ebenso auf den regionalen Märkten wie der Münchener Dult präsent, traten dort in Konkurrenz zu solchen Händlern, die nicht allein Druckwaren verbreiteten, und erstellten hierfür sogar anlassbezogene Kataloge, um die heterogenen Publikumsinteressen zu bedienen. Neben den in den Katalogen verzeichneten Büchern bot Endter etwa »unterschiedliche[] Gattungen

Calender«, »allerley Arten Schreib- Cantzley und Post-Papieren/ wie auch Schweinehäute von allerhand Grösse; über das mancherley geschrieben Pergament« sowie »allerley Namen-Büchlein/ ABC-Tafeln/ Einmal Ein/ gebundene Register/ Schreib-Tafeln [...] und Buchbinder Stifft«.[18] In diesem Kontext ist Garzonis Erwähnung von »allerhand Tractaten« aus diversen Themengebieten wichtig. Dabei deutet sich ein frühes Bewusstsein für den ständigen Wissenszuwachs an, der sich zuallererst in meist ungebundenen Drucken mit geringem Textumfang und erst mit größerem Zeitabstand in enzyklopädischen Darstellungen niederschlägt.

Überhaupt wurde das Lob für den Buchhandel nicht selten mit dessen enger Verbindung zum Gelehrtentum begründet. Adrian Beier hebt nicht zuletzt die unabdingbaren Sprachkenntnisse der Verleger hervor, des Französischen und Italienischen, aber vor allem des Lateinischen als *Lingua franca*, dem »Band der *Europæ*ischen Völcker«.[19] Neben den handwerklichen und sprachlichen Fertigkeiten beschreibt Beier aber noch einen entscheidenden Praxiszusammenhang, der den Buchhandel von anderen Warenmärkten grundlegend unterscheidet. Üblicherweise – so der ›Normalfall‹ – entstehen durch Handelsbeziehungen »einseitige und so zu sagen hinckende Verkehrungen« und die Verträge bleiben »*Contractûs unilaterales*«, weil die jeweils hergestellten Produkte in aller Regel nicht von beiden Geschäftspartnern benötigt werden und somit ein adäquater Tauschhandel nicht möglich ist: »Denn gesetzt,« so zwei Negativbeispiele von Beier, »der Kaufmann braucht eines *Medici,* und verehrte ihm ein Stück Sammet zum Kleide«, oder »der Hand-Wercksmann bedürffte eines rechtlichen Beystandes« und will dem Anwalt »die Gebühr abarbeiten«.[20]

Mit einem weiteren Beispiel skizziert Beier einen linearen Praxiszusammenhang, in dem ein Rohstoff verarbeitet und ein Erzeugnis weiterverkauft wird, bis es zum Endabnehmer gelangt: »[D]er Seiden-Händler bekömbt seine Wahren vom Stuhl der Würcker/ verkaufft sie aber weit andern Leuten/ wohl Fürsten und Herren/ so gantz ungleiches Standes mit vorigen. Der Tuch-Händler kaufft die Wolle aus einer Fürstlichen Schäferey/ und verlässet das Tuch wohl an Bürger und Bauer«.[21] Bis zum fertigen Marktprodukt waren die Materialien nicht nur in ihrem äußeren Zustand formbar; sie wechselten zudem auf jeder Bearbeitungsstufe zu anderen Akteur:innen und drangen damit in eine andere soziale Sphäre vor, die den Akteur:innen selbst verwehrt blieb. Führt man Beiers zeitgenössische Beobachtung weiter, dann wäre die – mit Niklas Luhmann gesprochen – stratifikatorische, hierarchische Gesellschaftsordnung der Frühen Neuzeit auch deshalb so

stabil, weil die zumeist einseitigen, unilateralen Marktpraktiken den Warenverkehr zwar dynamisch gestalteten, den Akteur:innen aber einen recht festen Handlungsrahmen innerhalb ihres Standes setzten.

In jedem Fall kontrastiert Beier die Linearität der Vertriebswege von üblichen Handelswaren wie Stoffen und sonstigen Handwerkserzeugnissen mit der Zirkularität des Buchhandels. Demzufolge bestand ein wechselseitiges, zirkuläres Verhältnis zwischen den Gelehrten, die Manuskripte auf der Basis von Druckwaren verfassten, und dem Buchhändler, der auf diese Manuskripte angewiesen war und sie als Druckwaren wieder an die Gelehrten verkaufte. Anders als der Tuchhändler oder der Handwerker hat der Buchhändler »zu seinen Kunden und Abnehmern die Gelehrten/ als die ihre Gelehrsamkeit in Büchern suchen/ aus Büchern von ander Arbeit urtheilen/ sich daraus abmässen/ erbauen/ daran üben und vergnügen«. Sobald jedoch eine Auflage, ein Buchtitel oder »eine Parthey vertrieben ist/ er neue Wahren bedarff/ die Liebhaber zu bedienen/ und seine Handlung wieder zu verstärcken/ so gehet er zu den Gelehrten/ deren Arbeit sucht er«.[22] Damit ist nicht weniger bezeichnet als eine frühe Form von geschlossener Wissenschaftskommunikation, bei der jeder Leser zugleich auch ein potenzieller Autor oder Kritiker ist und beide Seiten – die nichtschreibenden »Liebhaber« einmal ausgenommen – die Waren des Buchhandels sowohl produzieren als auch konsumieren.

Blickt man zuletzt auf den Beginn des Druckzeitalters und auf die Reformationsbewegung des 16. Jahrhunderts, dann werden zwei Aspekte schnell klar: Erstens betraf die Expansion des Wissens durch Druckwaren nicht nur den Gelehrtendiskurs, sondern zumindest indirekt auch die nichtlesende Bevölkerung. Zweitens sorgten die konfessionellen und religionspolitischen Konflikte, die ja maßgeblich von den Praktiken des Buchhandels gesteuert wurden, dafür, dass die mit der neuen Medientechnik assoziierten Versprechen auf die Verfügbarkeit von Wissen nachhaltig mit extrem unterschiedlichen Semantiken belegt wurden. In der (oben erwähnten) bewusstseins- und imaginationsgeschichtlichen Einordnung wurde der Buchdruck wahlweise als Gottesgeschenk hymnisch begrüßt, wie etwa bei Garzoni, oder als Teufelswerk vehement verabscheut.[23]

Für Martin Luther – wie schon für die Drucker von päpstlich-katholischen Ablassbriefen im 15. Jahrhundert – überwogen die Vorteile des Buchdrucks. Als 1522 das Neue Testament erstmals auf Deutsch erscheint, übersetzt Luther »Euangelion« mit »gute botschafft/ gute meher/ gutte new zeytung«[24] und deutet so ein religiöses Heilsversprechen an, das jedoch

immer an die buchförmige Materialität jener ›Zeitung‹ gebunden bleibt. Neben der Bibel kursierten zudem zahllose Einblattdrucke, Beichtzettel, satirische Traktate oder Flugschriften, die unter Titeln wie *Newe* oder *Wahrhafftige Zeitung* vor Ketzern, Teufelsweibern, Sündenfall, Ablasshandel und immer wieder spöttisch vor dem Papst warnten. All diese Druckwaren wurden gelesen, aber ebenso mündlich vorgetragen oder waren durch Illustrationen auch für Analphabeten schnell verständlich. Zum einen waren jene Formate konstitutiv für die Reformation als Medienereignis und hatten den Effekt, dass Luthers Wirkungsstätte Wittenberg noch vor Leipzig, Köln und Nürnberg zu *dem* Buchhandelszentrum im deutschsprachigen Raum aufstieg und hier die meisten Neuerscheinungen verzeichnet waren.[25] Zum anderen erweisen die verschiedenen Druckformate, dass die Erwartung gesellschaftlicher Einflussnahme bei den Autoren, die Verheißung des seelischen Heils bei den Leser:innen und die Hoffnung auf finanziellen Erlös bei den Verlegern als Praktiken des Buchmarktes ineinandergreifen. Neben der Glaubhaftigkeit und der Authentizität einer lehrreichen, handlungsleitenden Darstellung, die noch an das alte Ideal von der Geschichte als Lehrmeisterin des Lebens (*historia magistra vitae*) anknüpfte, galt der Neuigkeitswert des Publizierten mehr und mehr als wichtiges Kauf- und Verkaufsargument (→Bewerben). Nicht umsonst verweist Garzonis *Piazza* – sozusagen als ein Marktplatz des Möglichen – auf ein heterogenes, kompiliertes Buchwissen, das man »sonderlich heutiges tages« erwerben könne.

Demgegenüber stehen die Nachteile des Druckwesens, eine übertriebene Verbreitung von Büchern (*librorum multiplicatio*) ebenso wie die Ruhmsucht und Geldgier zumindest der Großbuchhändler. Zwei Jahre nach Luther konstatierte der schwäbische Reformtheologe Johann Eberlin von Günzburg 1524 in einer Streitschrift: »Es ist die gantz welt auff keuffen vnd verkeuffen gericht/ daryn doch weder trew noch glaub gehalten wirt«. Ungeachtet der inhaltlichen und moralischen Ausrichtung der Manuskripte akzeptierten die Drucker allerlei »schandbücher/ bulbucher/ ihuff [närrische] Lieder/ vnd was fur die hand kompt/ vnd scheinet zutreglich dem seckel/ dardurch deren leser gelt geraubt wirt/ die syn vnd hertzen verwust/ vnd vil zeit verloren/ also werden sie vntzelicher sund teilhafftig«.[26] Eberlins Beobachtung des schnell wachsenden Buchmarktes und seiner geradezu lasterhaften Praktiken ist durchaus exemplarisch. Die Ubiquität der areligiösen Druckerzeugnisse, der finanzielle und lebenszeitliche Verlust beim Kauf und Lesen dieser (vermeintlich) unnützen Texte sowie die moralische ›Ver-

wüstung‹ des Publikums galten als negative Effekte dieser Marktexpansion. Auf der bewusstseinsgeschichtlichen Ebene führte diese Expansion zu einer Konkurrenz von Deutungsanliegen über ein Weltgeschehen, das zusehends von den Kaufleuten – auch denjenigen im Buchgewerbe – bestimmt wurde. Auf der Ebene der materiellen Buchproduktion hingegen räumt Eberlins Traktat aber außerdem – und ebenso wie Sachs und Beier – das handwerkliche Geschick wenigstens einiger Akteure ein: »Ich lobe ein Trucker der außgeleßne materien truckt/ wol corrigirt/ mit hubschen litera auff gut papyr«.[27] Die materielle Qualität der Druckwaren und die inhaltliche Qualität der Texte waren zwei gänzlich verschiedene Kriterien bei der Kaufentscheidung: »Ich merck am tittel wol was der schreiber fur ein mann ist«,[28] heißt es bei Eberlin. Umgekehrt bedeutet das: Eine qualitativ gute Beschaffenheit von Papier und Buchkörper war – jedenfalls für theologisch und religionspolitisch interessierte Leser:innen – kein triftiges Kaufargument, wenn die vermittelten Inhalte nicht mit der eigenen Überzeugung zusammenpassten.

An all diesen Beobachtungsperspektiven wird ersichtlich, wie gezielt und kalkuliert sich die Praxis des Reflektierens von Märkten vollzog. Im Unterschied zu allen anderen Warenmärkten gilt für den Buchmarkt, dass die steigende Zahl der Druckwaren, die eigene Expansion und die daran beteiligten Akteur:innen oftmals nur über die Druckmedien selbst beobachtbar wurden. Der Buchmarkt entwickelte eine Praxis des Selbstbeobachtens und Selbstbewertens, die ihrerseits neue Lektüreangebote schuf und zur Expansion der Waren und des Wissens beitrug. Im Zuge dessen kam es zu einer Wertungshierarchie der Akteur:innen, die an den Ort des Handels geknüpft war und in der die konkrete Teilnahme auf dem Marktplatz als Höckern und Schleudern herabgestuft wurde zugunsten des Buchhandels mit eigenem Geschäft oder eigenen Handlungs- und Kommunikationsräumen wie der Frankfurter und Leipziger Buchmesse (→Terminieren und koordinieren). Die darüber hinaus ausgetragenen moralischen, religiösen und gelehrten Konflikte sowie die gegenteiligen inhaltlichen Argumente und Werturteile sorgten für eine zeitliche Ausdehnung dieser Selbstreflexion, wie sie paradigmatisch von Eberlin über Garzoni bis Beier ablesbar wird. Neben den bewusstseins- und imaginationsgeschichtlichen Impulsen, die diese Autoren liefern, ist es vor allem die Materialität der Druckwaren und dessen, was zeitgenössisch als ›Buch‹ tituliert wurde, die diese Beobachtungspraxis als eine marktförmige greifbar machen.

Simon Karstens / Christian Meierhofer



Preisbildung beeinflussen

Vermehrtes Angebot senkt den Preis, vermehrte Nachfrage steigert ihn. In dieser mechanistischen Auffassung sind alle Marktteilnehmer:innen automatisch an einer objektiven Preisbildung beteiligt. Konkretes Marktgeschehen zeigt etwas anderes: Marktteilnehmer:innen wissen selbstreflexiv um die preisbildende Wirkung ihres Angebots bzw. ihrer Nachfrage und bringen sich bedacht wie taktisch in den Markt ein.

Aufgemerkt! »Am Mitwoche als am 5ten diese Monats April, Morgens 10 Uhr, solle[n] die auf dem hochgräflichen Schlosse Nordkirchen vorräthigen Getreide Bestände, an Weitzen, Roggen, Gerste und Haber, Malt und Scheffelweise, meistbietend verkauft werden, welche Lust und Mittel habenden hierdurch zur Nachricht bekannt gemacht wird«.[1] Mit der Publikation dieser Notiz am 1. April 1809 läutete Ernst Ludwig Sandfort, der Rentmeister des genannten westfälischen Ritterguts, einen der drei bis vier jährlichen Getreidegroßverkäufe ein, die für die Versorgung des Umlands mit Getreide von großer Wichtigkeit waren. Angekündigt wurde ein meistbietender Verkauf, das heißt eine Auktion: ein räumlich fixiertes und zeitlich klar begrenztes Marktevent, das konkrete Nachfrage für ein spezifisches Angebot zu sammeln und wirksam zu machen suchte (→Verlosen, verschießen, versteigern).

Aus ökonomischer Sicht wurde also für den Vormittag des 5. April 1809 ein punktueller Markt ins Leben gerufen, auf dem das Angebot des Ritterguts und die tagesaktuelle Nachfrage in der Region aufeinandertreffen konnten. Die eintreffenden Personen würden ihre Nachfrage geltend machen, miteinander um das Angebot konkurrieren und so einen einheitlichen Marktpreis hervorbringen, zu dem das Getreide dann die Besitzer:innen wechselt. Ein Ablaufschema dieser Art kann jedenfalls unterstellt werden, wenn man sich vorstellt, dass hier tatsächlich ein funktionsfähiger

Marktmechanismus zum Tragen kam. Stellt man sich Situationen wie jene am Schloss Nordkirchen aber nicht nur vor, sondern untersucht sie konkret, zeigt sich ein weitaus komplexeres Geschehen. Ob und wie sich Akteur:innen mit ihrem Angebot bzw. ihrer Nachfrage in einen Markt und in dessen Preisbildungsprozesse einbringen, verweist auf vielfältige Logiken, Bedingungsgefüge und Abwägungen.

Am Nordkirchener Fallbeispiel lässt sich zunächst zeigen, dass das Einbringen in den Markt graduell, prozesshaft und – in Abhängigkeit von empfundenen Zwängen und Chancen – abwägend sein kann. Eine Episode aus dem Antwerpen des frühen 18. Jahrhunderts führt sodann vor, dass eine Marktteilnahme keineswegs impliziert, die eigenen Präferenzen und Preisvorstellungen, ja selbst die eigene Anwesenheit auf dem Markt zu kommunizieren: Marktteilhabe ist nicht gleichbedeutend mit expliziter Teilnahme an Preisbildungsprozessen und den damit verbundenen Konkurrenzen. Dass diese Konkurrenzen ihrerseits auf verschiedenen Ebenen, verflochten mit Kooperationsverhältnissen stattfinden und in unterschiedlichen Kontexten unterschiedlich expliziert und kommuniziert werden, belegt abschließend ein Beispiel aus dem London des frühen 17. Jahrhunderts.

Betrachten wir zunächst die punktuellen Getreidemärkte genauer. Im nordwestdeutschen Raum war der ländliche Getreideverkauf zu einem guten Teil auf adelige Rittergüter konzentriert, die im Rahmen ihrer Gutsbewirtschaftung jährlich große Mengen an Getreideüberschüssen zur Verfügung hatten, die sie direkt am Schlosstor verkauften.[2] Seit Mitte des 18. Jahrhunderts lässt sich die Schaffung und Entwicklung administrativer Verfahren für die konkrete Praxis dieser Getreideverkäufe beobachten, die von Gut zu Gut nur wenig variierten. Dazu gehörte zunächst, dass der Verkauf im Hinblick auf den Verkaufszeitpunkt und die Verkaufsmenge konkret vorbereitet und angekündigt wurde. Denn anders als die kalendarisch fixierten Messen und Jahrmärkte (→Terminieren und koordinieren) wurden solche Abverkäufe nicht regelmäßig, sondern nach Bedarf und Umständen organisiert, wenn ausreichend Getreide vorhanden war und die Wege zum Schloss nach dem Winter wieder ausreichend befahrbar waren. Somit war ein Verkauf »ohne vorhergegangene Bekanntmachung gar nicht denkbar«.[3] Der Verkauf selbst folgte dabei einem einschlägigen Regelwerk, das für einen geordneten formellen Rahmen sorgte. Bestandteile waren die (begrenzte) Zulassung zum Verkauf, das Festlegen eines Minimalpreises und die sogenannte Ratifikationsklausel. Diese besagte, dass Verkäufe nach Abschluss immer noch einer Genehmigung durch den Gutsbesitzer be-

durften. Ebenfalls im Regelwerk verankert waren auch die zeitliche Abfolge des Verkaufsprozesses (Zahlung und Abholung) sowie die Festlegung von Währung, Gewichten und Stempel- und Messgeld.

Diese Regelwerke orientierten sich in Teilen am städtischen Getreidemarkt. Vor allem im Hinblick auf die Transaktionspartner zeigt sich aber ein starker Gegensatz zum städtischen Marktgeschehen: Beim adeligen Getreideverkauf handelte es sich keinesfalls um einen anonymen und von großen Einheiten geprägten Austauschhandel. Mit dem adeligen Getreide wurden vornehmlich die eigene und die umliegenden Gemeinden versorgt. Kommerzieller Handel mit Kaufleuten spielte nur selten eine nennenswerte Rolle, obwohl das Getreide am Schlosstor günstiger als in der Stadt und somit gerade für den überregionalen Handel attraktiv war. Die Hauptkäufer:innen waren vielmehr Personengruppen, die einen begrenzten bzw. keinen Zugang zur landwirtschaftlichen Produktion hatten, allen voran Tagelöhner und Handwerker. Sie wurden von den Adelsbetrieben als Käufergruppe sogar bewusst bevorzugt.

Dies gibt dem adeligen Verkauf, neben dem rein kommerziellen Gedanken, das Betriebsergebnis zu erhöhen, eine weitere Funktion: Der Getreideverkauf diente in erster Linie der Versorgung der zur Herrschaft gehörenden Bevölkerung. Damit war der Verkauf auch weit mehr als ein rein ›ökonomischer‹ Handel von materiellen Ressourcen. Er war für die frühmoderne ländliche Welt zu einem guten Teil strukturgebend und zugleich Ausdruck des vorherrschenden Macht- und Sozialgefüges, das auch über den Getreideverkauf gefestigt werden sollte. Dahinter stand die Gegenseitigkeit einer Patron-Klient-Beziehung: Mit dem Getreideverkauf, der bevorzugt an die in ihrer Herrschaft wohnende Bevölkerung gerichtet war, praktizierten die Adeligen im Sinne des *Paternalismus* Fürsorge für ihre Untertanen. Sie kamen ihrer moralischen Verpflichtung nach, die lokale Bevölkerung zu schützen und sie zu unterstützen, was diese ihrerseits zur Loyalität verpflichtete. Aus diesen spezifischen gesellschaftlichen und ökonomischen Kontexten ergaben sich spezifische Konkurrenzverhältnisse im Getreidemarkt. Einzelne Adelige hatten zwar kein Monopol, verkauften ihre Nachbarn doch auch Getreide, aber aufgrund der ländlichen Strukturen und besonders der schlechten Erreichbarkeit (also hohen Transportkostenaufschlägen bei Kauf an entfernten Orten) gab es für lokale Käufer:innen nur begrenzt Alternativen. Zugleich bestanden auch für die Anbieter Zwänge – auch und gerade jenseits ihrer paternalistischen Fürsorgepflicht, welche einer preistreibenden Ausnutzung ihrer Marktmacht normative Grenzen setzen mochte. Selbst wenn

ein Gutsbesitzer die von seinem Verwalter erzielten Preise für zu niedrig befand, so galt es sehr genau zu überlegen, ob er von seinem Ratifikationsvorbehalt tatsächlich Gebrauch machen und die Genehmigung für die Transaktionen – in der Hoffnung auf künftige höhere Preise – verweigern und den Mehraufwand einer Wiederholung des Verkaufs auf sich nehmen sollte. So gab 1824 Sandforts Nachfolger als Rentmeister, Engelbert Morsbach, nach einem besonders enttäuschenden Verkauf zu bedenken:

»Gegen die Genehmigung spricht die Niedrigkeit der Preise, für dieselbe die geringe Aussicht auf ein höheres Steigen der Preise, die Schwierigkeit neben dem alten Korn zugleich das dieses Jahr neu einkommende zu lagern und gut zu konservieren, was wenigstens nicht ohne ziemlich beträchtliche Kosten geschehen kann, ferner die Entbehrung des aus dem Korn zu lösenden Kapitals und endlich der Umstand daß die Versagung der Ratifikation wohl auf künftige Verkäufe nachtheilig einwirken und die Konkurrenz vermindern könnte. Diese Gründe für die Ertheilung der Ratification möchten wohl überwiegend sein«.[4]

Zunächst zeigt sich, dass die Freiheit, einen Abverkauf selbst zu terminieren, nicht notwendigerweise eine größere Marktmacht bedeutet, indem man etwa die Nachfrager:innen nach Bedarf ›zappeln‹ lassen kann. Getreide eingelagert zu belassen bedeutete, dass Kapital gebunden blieb und Lagerkosten anfielen. Setzte man dagegen den Verkauf zu früh im Jahr an, drohten die noch schlechten oder unbefahrbaren Wege die effektive Nachfrage zu dämpfen und die entsprechend hohen Transportkosten Lieferungen an entfernte Orte Verkäufe unrentabel zu machen (→Transportieren). Und wartete man zu lang, fehlte es an Kapazitäten zur Einlagerung der neuen Ernte. Von Morsbach nicht erwähnt, bestand schließlich noch allgemein die Sorge, dass eine Zurückweisung des Verkaufs negative Folgen für andere am Schloss existierende Marktbeziehungen nach sich ziehen könne, etwa den Arbeitsmarkt der Tagelöhner. Auch stieg mit der Dauer der Einlagerung die Gefahr von Qualitätsverlusten oder gar des Verderbens der Ware (→Konservieren). All dies verlieh der Nachfrageseite zusätzliche Hebelkräfte.

Morsbachs Befürchtung, dass eine Annullierung der Verkäufe künftig »Konkurrenz vermindern könnte«, verweist entsprechend darauf, dass alternative Einkaufsmöglichkeiten für die Nachfrager:innen zwar begrenzt waren, aber doch bestanden. Zudem standen die Nachfrager:innen zwar auch untereinander in einem Konkurrenzverhältnis um das angebotene Getreide, das aber bedeutete keineswegs, dass sie im Marktgeschehen am Schlosstor in aller Unbedingtheit gegeneinander konkurrierten. Die bevorzugte Verkaufsform der Anbieter war die Versteigerung, aber nur ein Viertel

aller in Nordkirchen protokollierten Transaktionen kam dann tatsächlich als Ergebnis einer Auktion zustande.

Auktionen setzen voraus, dass Nachfrager:innen tatsächlich untereinander konkurrieren, dass ausreichend Gebote zustandekommen.[5] Jedoch zeigen die Nordkirchener Protokolle, dass oft nur wenige Interessenten erschienen, so dass eine Auktion nicht sinnvoll war. Die Rentmeister berichteten auch, dass Nachfrager:innen sich während des Bietvorgangs häufiger absprachen, so dass keine »annehmbaren Preise« entstanden oder sie gar nicht boten, da sie auf für sie bessere, also niedrigere Preise hofften. In diesen Fällen blieb den Verwaltern dann nichts anderes »übrig, als abzubrechen und unter der Hand so gut als möglich zu verkaufen«.[6] Neben solcher vielleicht eher situativen Zurückhaltung kam es zunehmend zu geplanten Absprachen. 1819 beklagte Sandfort, »die Kauflustigen bestimmten schon im Voraus unter sich wer von ihnen das zunächst anzusetzende Quantum haben sollte«,[7] 1820 fürchtete er dann eine Verschärfung des Problems: »Da es nun vorher zu sagen ist, daß bei einem Verkauf durchs Meistgeboth die sich dabei einfindenen Kaufleuthe nochmehr wie im vorigen Jahr das, was sie biethen wollen, zum Voraus unter sich festsetzen werden. Folglich es bei diesem Verkauf nicht so sehr auf das Meistgeboth als auf einen accord ankommen wird«.[8]

Die Transparenz der Auktionssituation führte also zu einer zunehmenden *coopetition*, einer Überlagerung der Konkurrenzsituation durch kooperatives Handeln.[9] Statt untereinander um das offerierte Getreide zu konkurrieren und so zum Wohle des Anbieters den Preis zu treiben, erzeugten die Nachfrager:innen kooperativ Konkurrenz auf einer anderen Ebene, nämlich eine Konkurrenz zwischen Nachfragenden und dem Anbieter um das Wirksamwerden von Preisbildungsmechanismen. Der Nordkirchener Rentmeister suchte diese Konkurrenz nun seinerseits für sich zu entscheiden, er reagierte mit dem Bemühen um erhöhte Intransparenz: unauffälliges Ausfindigmachen der zahlungsbereitesten Nachfrager:innen, Absprachen unter vier Augen, eben mit Versuchen, »unter der Hand so gut als möglich zu verkaufen«.

Für die Rentmeister war dies im Grunde nur eine Notlösung, eine eher verzweifelte Strategie, dem Gutsherrn akzeptable Verkaufspreise zu sichern. In anderen Kontexten war Unauffälligkeit im Marktgeschehen gerade der Königsweg zu neuen, größeren Verdienstmöglichkeiten, wie eine Geschäftsidee aus dem Jahr 1707 idealtypisch illustriert. In Europa herrschte zu dieser Zeit Krieg – wie so oft im 18. Jahrhundert. Fünf Jahre zuvor war der spa-

nische Thron an den ältesten Enkel Ludwigs XIV. von Frankreich gefallen. Aus englischer Sicht drohte damit langfristig eine dauerhafte französische Hegemonie, die es abzuwenden galt. Folgerichtig schloss sich England zunächst mit den Vereinigten Niederlanden und Österreich zu einer Allianz zusammen, die seit 1702 Krieg führte, um stattdessen einen habsburgischen Kandidaten auf den spanischen Thron zu bringen. Die europaweit eingesetzten englischen Truppen mussten mit finanziellen Mitteln versorgt werden, damit an den Fronten Sold gezahlt sowie Lebensmittel, Ausrüstung und Dienstleistungen gekauft werden konnten. Der Generalzahlmeister in London, James Brydges, bediente sich dazu eines europaweiten Netzwerks von Amtsträgern.[10] Zu diesen zählte auch Henry Cartwright, der seit längerem als englischer Zahlmeister in Antwerpen tätig war.

Cartwright war vor allem dafür zuständig, die in englischem Sold stehenden Regimenter in Flandern, einem der Hauptkriegsschauplätze, mit Bargeld zu versorgen. Dafür erhielt er aus London regelmäßig per Post oder Kurier sogenannte ›Wechsel‹, im Fernhandel übliche Wertpapiere (→Verbriefen), mit denen Zahlungsvorgänge bargeldlos, sicher und über große Distanzen abgewickelt werden konnten (→Kaufen). Das Wechselgeschäft war einigermaßen kompliziert, muss hier aber auch nicht in seinen Einzelheiten dargestellt werden, denn für Cartwright war allein entscheidend, dass auf dem Wechsel exakt vermerkt war, bei welchem Antwerpener Kaufmann er für wieviel Bargeld eingelöst werden konnte.[11] Die Aufgabe von Cartwright bestand also im Kern darin, die Wechsel in Empfang zu nehmen, sie den bezeichneten Kaufleuten vorzulegen und die im Austausch gegen das Papier erhaltenen Münzen an die Regimenter weiterzuleiten. Der Zahlmeister organisierte und verwaltete mithin Geldströme, war jedoch – in der Theorie – nicht selbst unternehmerisch auf Geld- oder Wechselmärkten tätig. In der Praxis sah es anders aus: Praktisch alle Amtsträger der englischen Finanzlogistik waren auch unternehmerisch tätig, was sich aus strukturellen Gründen gar nicht vermeiden ließ, aber gleichwohl leicht als Korruption gebrandmarkt werden konnte.[12] So war es auch im Fall von Cartwright, über den in der Korrespondenz des Generalzahlmeisters vom »Banquier part of his business«[13] die Rede ist.

Und eben als eigennütziger finanzieller Unternehmer entwickelte Cartwright eine Geschäftsidee – eine theoretisch narrensichere Möglichkeit, konstant ansehnliche Profite zu generieren. Sie hing daran, wie und vor allem *wo* die Wechsel aus London in das in Antwerpen benötigte Münzgeld konvertiert wurden. Die Wechsel, die Cartwright aus London erhielt,

lauteten auf niederländische Gulden und Stuiver (1 Gulden = 20 Stuiver). Damit waren jedoch nicht etwa ausgeprägte Münzen gemeint, sondern die abstrakten Geldeinheiten der niederländischen Rechnungswährung. Bei der Einlösung des Wechsels gegen Bargeld musste noch einmal gerechnet werden, da sich die Wechselkurse der umlaufenden Münzen gegenüber der stabilen Rechnungswährung ändern konnten: Angenommen, Cartwright präsentierte einen Wechsel über 100 Gulden, dann konnte er dafür beispielsweise zehn goldene Doppelescudos (von den Engländern *pistoles* genannt) zu je 9 Gulden 15 Stuiver bekommen, die in Summe 97 Gulden 10 Stuiver entsprachen, und eine silberne Patagone (*pattacoon*) für die restlichen 2 Gulden 10 Stuiver.[14]

Da in Antwerpen – und damit in der Nähe der Armee – von Cartwright und anderen Akteuren sehr viel Münzgeld zu militärischen Zwecken nachgefragt wurde, erhöhte sich der lokale Marktpreis der Münzen. Und hier sah Cartwright nun die Möglichkeit für ein Arbitragegeschäft, das er seinem Vorgesetzten Brydges in einem Brief vom 28. April 1707 vorstellte: Brydges solle fortan einen Teil der für die Armee in Flandern bestimmten Gelder nicht mehr direkt nach Antwerpen transferieren, sondern nach Amsterdam. Dort ansässige und in das Geschäft eingeweihte Kaufmannbankiers würden mit den Geldern dann günstig Doppelescudos ankaufen und diese an Cartwright versenden, der die Münzen den in Flandern stationierten Regimentern schließlich zum höheren lokalen Kurs in Rechnung stellen könne. Es handele sich um eine »most easy and most secure method of making some advantage«,[15] mit der sich fünf Stuiver pro Doppelescudo verdienen ließen, was einer Gewinnspanne von etwa zweieinhalb Prozent entsprochen hätte. Das klingt nicht nach viel, aber da Cartwright der Meinung war, er könne monatlich Münzgeld in Höhe von 10.000 Pfund Sterling auf diese Weise umsetzen, käme immerhin ein Gewinn von 250 Pfund zusammen – kein geringer Betrag angesichts der Tatsache, dass das reguläre Monatsgehalt des Generalzahlmeisters gerade einmal halb so hoch war.[16]

Die Verwirklichung der Geschäftsidee hing an einer entscheidenden Voraussetzung – absoluter Geheimhaltung. Nötig war diese erstens, weil solche Geschäfte sich in jedem Fall in einer rechtlichen Grauzone bewegten, wenn sie nicht sogar rundheraus illegal waren. So erklären sich etwa die 10.000 Pfund monatlich, es handelte sich um die maximale Summe, die Cartwright nach eigener Aussage »without giving the least umbrage«,[17] also ohne Aufmerksamkeit zu erregen, in seine Geldströme einspeisen könne. Und auch für den diesbezüglichen Wechselverkehr zwischen London und

den Amsterdamer Mittelmännern müsse dafür Sorge getragen werden, »that the bills be not exposed«.[18] Geheimhaltung war aber nicht nur notwendig, um negative Konsequenzen zu vermeiden, sondern zweitens vor allem, um das Geschäftsmodell als solches nicht zu gefährden: Die Amsterdamer Kaufmannbankiers sollten die Doppelescudos nur »in small parcels« ankaufen, denn »if a great demand should be made it would both raise the price and give suspicion«.[19]

Cartwright hatte richtig erkannt, dass eine von seinen Mittelsmännern gesteigerte Nachfrage auf dem Amsterdamer Münzmarkt unter normalen Umständen einen Anstieg der Preise zur Folge haben müsste, der den Arbitragegewinn zuerst mindern und dann zunichte machen würde. Um diese quasi-automatische Preisanpassung zu verhindern und sich und seinem Vorgesetzten eine dauerhafte Gewinnmöglichkeit zu verschaffen, musste Cartwright also verhindern, dass ›der Markt‹, also die Gesamtheit der anderen Marktteilnehmer:innen, die gesteigerte Nachfrage bemerkte. Und offenbar glaubte er, dass dies möglich sei, wenn die Mittelsmänner immer nur unauffällig kleine Mengen an Goldmünzen auf einmal erwarben. Ob diese Strategie erfolgreich gewesen wäre, lässt sich nicht feststellen, da der Generalzahlmeister letztlich auf andere Bereicherungsmodelle setzte. Aber sie steht exemplarisch für den Versuch, Preisbildung durch die Verschleierung von Nachfrage zu beeinflussen oder, in anderen Worten: Nachfrage zu entfalten, ohne ein entsprechendes Preissignal zu senden. Cartwright imaginierte sich und seine Mittelsmänner als unsichtbare Marktteilnehmer, die in der preisbildenden Konkurrenz am Markt unter der Wahrnehmungsschwelle bleiben würden. In der Konkurrenz um ökonomische Profitchancen könnte man so zugleich eine einzelne Profitchance monopolisieren – ein Monopol, das seinerseits nur im Verborgenen hätte existieren können.

Ein abschließendes Beispiel zeigt eine spiegelbildliche Konstellation: ein öffentlich sichtbares Monopol, hinter dem sich aber tatsächlich Konkurrenzlagen verbargen, die man bewusst zum Verschwinden zu bringen suchte. Hierzu gehen wir ein weiteres Jahrhundert in der Zeit zurück und wechseln abermals den Schauplatz. Am 27. April 1619 fand in London eine Sitzung des *Court of Committee* der *East India Company* (EIC) statt, also des Direktoriums jener englischen Aktiengesellschaft, deren Mitglieder innerhalb Englands ein durch Kronprivileg garantiertes Monopol auf den Handel im Indischen Ozean hatten.[20] Bei dieser Sitzung ging es weder um Getreide noch Devisen, sondern um ein zentrales Importgut aus Asien, den Blaufarbstoff Indigo.[21] Die zuletzt aus Indien angelieferten Indigofässer waren noch unter

Verschluss und lagerten. Aber wie lange noch? »Some houlding it a fit tyme to resolve of selling theire Indico, because many complaine of the kepeing thereof so long«.[22]

Entsprechend dieser Stimmungslage berief das Direktorium – nach kurzer eigener Diskussion der Materie – eine Generalversammlung aller stimmberechtigten Aktienbesitzer in sieben Tagen, für den 4. Mai 1619, ein. Wichtigstes Tagesgeschäft für die Aktionäre: »they should first advise what course to hould as touching the great buysines of the Indico, [...] how to dispose thereof for ther best advantage, being a matter of great consequence«.[23] Damit waren hauptsächlich zwei miteinander verbundene Probleme berührt, die – nur eben im Hinblick auf Getreide – auch für das Nordkirchener Rentamt zentral waren: wann welche Menge der Ware in den Verkauf gelangen sollte und zu welchen Preisen.

Sowohl im Direktorium als auch in der Generalversammlung zeichneten sich zwei Fraktionen in dieser Angelegenheit ab. Die eine, welche im Übrigen auf moderate bis niedrige Preise zielte, drängte darauf, den Indigo nicht länger unter Verschluss zu halten. Die andere Fraktion wandte sich dagegen: Es bedürfe sorgfältiger Überlegungen, man solle nichts überstürzen, und überhaupt sei in Kürze weitere Ware aus Indien zu erwarten; erst wenn man Klarheit über diese habe, wäre über alles zu entscheiden. Umso sicherer sei es angesichts der Zurückhaltung im Angebot, dass man dann auch die gewünschten Preise erzielen könne.

Bei der Generalversammlung wurde – vergeblich – der Kompromissvorschlag gemacht, die vorhandene Menge in kleinere Chargen aufzuteilen und diese so lange nach Bedarf in den Verkauf zu geben, bis die neue Ware eintreffe, und »according to that to rule the m[ar]ket hereafter«.[24] Was bei Cartwright und Brydges ein Schlüssel zum Erfolg hätte sein sollen – viele kleine Transaktionen statt einer großen zu unternehmen –, empfand man hier als kontraproduktiv, eben gerade weil es die Marktpräsenz der Akteure herabsetze, denen es ja nicht ums Verbergen, sondern um ihre ostentative Präsenz und ihre Möglichkeit »to rule the market« ging: »that was not held fitting the honor of such a Comp[any], to sell it out by p[ar]cells and if they should intend and not sell, it would disgrase the Comoditie«.[25]

Noch deutlicher wurde der Punkt beim nächsten Antrag, der rundheraus abgelehnt wurde (»wholy dislykt«), nämlich den Indigo proportional zum Aktienbesitz auf die Anteilseigner zu verteilen, wodurch man ihn schnell absetzen könne. Dagegen sprach schon, dass manche Aktionäre bereits viereinhalb Prozent Dividende, andere erst zwei Prozent erhalten hatten und

es weiterer Erlöse bedurfte, um allen die volle Dividende auszahlen zu können. »And by deviding a royall commodity wilbe puld downe, and abased, w[hi]ch will not suddanily be raised upp againe and brought to its former credit«.[26] Stattdessen war es üblich, den gesamten Lagerbestand (für jede der vorrätigen Sorten getrennt) im Ganzen unter den Aktionären zu versteigern. Zum Image, zum Ruf, zum »credit« einer solchen »königlichen« Ware gehörte es also offensichtlich, einen exklusiven Vertrieb und darüber auch das gewünschte Preisniveau und eine klare Marktpräsenz sicherzustellen.

Während Cartwright und seine Mistreiter in der Umsetzung des Plans ihre Marktpräsenz verborgen hätten, war die EIC auf dem englischen Markt tatsächlich unmöglich zu übersehen. In ihr waren, per Aktieneinlage, alle im Indischen Ozean tätigen englischen Kaufleute (*adventurers*) verbunden. Die Gemeinschaft kaufte über ihre Bevollmächtigten in Asien ein, der Verkauf zuhause oblag dann aber den einzelnen Kaufleuten, nur eben unter gemeinschaftlich bestimmten Rahmenbedingungen: »being all one Comp[any] and one bodie, although divers Adventurers yet all are to be ruled by the maine Bodye«,[27] wie man es in der Generalversammlung noch einmal betonte. So mächtig diese Marktstellung erscheint, so wenig erlaubte sie es aber, in der Praxis beliebige Preise für den Indigo zu fordern – ähnlich wie im Fall des westfälischen Rentamts, aber aus anderen Gründen.

Zunächst gab es ein potenzielles Substitut für den Blaufarbstoff, nämlich das in Massen aus der Karibik importierte Blauholz (*logwood*) – dies hat zwar färbetechnisch durchaus andere Eigenschaften, aber nur vier Jahre zuvor hegte man große Hoffnungen, »that if the Company could take a course to keep logwood out of the land that it might not be brought in there would be twice as much Indicoe vented as is now«.[28] Sodann bestand die Möglichkeit, dass Indigo aus anderen Bezugsquellen nach England gelangte, insbesondere wenn der Marktpreis dies attraktiv erschienen ließ. Schon in der Sitzung des Direktoriums am 27. April waren Stimmen laut geworden, den Indigo doch besser nun auf den Markt zu bringen, »finding the inconvenience of houlding it at a high price, whereby encouragm[en]t hath bene given to bring in from Aleppo and Venice, to the wrong and preuidice of the Comp[any] a great p[ar]t. And therfore p[ro]pounded to have a reasonable price set uppon it, whereby to discourage others from bringing in from other p[ar]ts, and so to drive the [...] currant backe againe«.[29] Angedacht war hier also gerade ein niedriger, ein Kampfpreis, um die eigene Monopolstellung zu sichern.

Dies wiederum stieß auf den Widerstand jener Kaufleute, die sich in der vergangenen Runde gut mit Indigo eingedeckt hatten und diesen nach wie

vor abverkauften – eben jene Fraktion, die es mit der Freigabe des eingelagerten Indigos gar nicht so eilig hatte. Würden zeitnah größere Mengen zu einem geringeren Einstandspreis in den Markt gegeben, hätten diese Käufer der vorherigen Partien einen offensichtlichen finanziellen Schaden. Es galt also, Konkurrenz zu moderieren und einen Kompromiss zu finden zwischen jenen interessierten Einzelpersonen und der Company im Ganzen mit ihren äußeren Konkurrenzverhältnissen. Kompromisse brauchte es sowohl hinsichtlich von Verkaufszeitpunkten und -mengen als auch bezüglich der Preise. Es wurde schließlich per Handzeichen abgestimmt, 156 Fässer (40.000 Pfund) Indigo von der Koromandelküste, 512 Fässer (132.000 Pfund) Indigo aus Lahore und dieselbe Menge Cirques-Indigo noch in der Generalversammlung an je einen anwesenden Interessenten für den weiteren Vertrieb zu veräußern,[30] dann aber »untill Ladie next«,[31] also bis zum Ende des Rechnungsjahrs am 25. März 1620 (*Lady Day*, Mariä Verkündigung) keinen weiteren Indigo zum Verkauf zu bringen, um den Einzelhandelspreis für die herausgegebenen Mengen hoch zu halten. Versuche, diese Sperrfrist bis Mittsommer oder gar *Michaelmas* des Folgejahrs (also Ende September 1620) auszudehnen, wurden abgewiesen.

Die Veräußerung erfolgte wie üblich »by sale of candle«, es gab also einen durch das Abbrennen eines Kerzenstücks fixierten Zeitrahmen, in dem Gebote abgegeben werden konnten. Das nach Erlöschen der Kerze höchste Gebot erhielt den Zuschlag. Hierbei wurden zunächst Startgebote festgelegt, die je nach tatsächlicher Nachfrage überboten oder bis zum Zuschlag reduziert werden konnten. Für diese Richtpreise galt es abzuwägen, »thinking of a fitting and indifferent price, as well not to wrong the Comp[any] by setting to high a price uppon it«, was andere Anbieter anlocken würde, »as also somwhat to regard those that have formerly bougth, by not selling at too cheape a rate«.[32] Die vorherigen Verkäufe schufen also eine Pfadabhängigkeit: einen Fixpunkt für die Bepreisung, von dem man sich nur bedingt entfernen konnte, ohne jene vor den Kopf zu stoßen, welche die Distribution der vorherigen Lieferung übernommen hatten. Umgekehrt durfte man sich von jenen vorherigen Käufern aber auch erwarten, dass sie sich im Sinne der Company verhielten, was zwar durch die Blume gesagt, aber doch explizit protokolliert wurde: Den neuen Verkauf könne man angehen »w[i]thout any doubt or feare to be crost by those that bought the last, whoe are too wise to let fall the worth of theire comoditie, for any sinistr respect to undersell this«.[33] Die in der Auktion erzielten Preise lagen dann tatsächlich nahe der zuvor diskutierten Richtpreise: für Koromandel-Indigo zwei-

einhalb Pence über dem Startpreis von 2 Shilling (=s) 8 Pence (=d) pro Pfund, für Lahore-Indigo genau die avisierten 5s 4d, und für den Cirques-Indigo 1¼ Pence weniger als die angedachten 4s 8d.[34] Die interne Konkurrenzsituation unter den *Adventurers* wurde also in Diskussionen und Abstimmungen aufgelöst, nicht durch ein Erlöse maximierendes Versteigern einzelner Partien der Ware. In die weitere Marktsituation – und Konkurrenz gegen auswärtige Lieferanten – trat man dann wiederum unter dem Aufruf zur Geschlossenheit ein, in ostentativer Inszenierung der eigenen Marktmachtstellung, der exklusiven Distribution der einzelnen Sorten durch nur jeweils einen einzelnen Großkaufmann, im sorgfältigen Blick auf den *credit* der »royall commodity«, deren hohes Ansehen und Vertrauenswürdigkeit bei der Kundschaft. Die kompetitive Bestimmung einzelner Kaufleute zu Distributoren via Versteigerung erzeugte zudem im Folgenden Pfadabhängigkeiten, indem sich einzelne Distributoren besonders bewährten und bevorzugt wurden.

Sechs Jahre später etwa, am 11. März 1625, diskutierte der *Court of Committee* wieder einmal die Frage des Abverkaufs von Indigo, diesmal mit besonderem Blick auf den Export. Der im Vorjahr neu gewählte Governor der EIC, Maurice Abbott, und einer der Direktoren, Anthony Abdy, zeigten vorsichtige Bereitschaft, einen Teil als Distributoren (*chapmen*, also wörtlich: Hausierer) zu übernehmen, doch würde man Anderen gern den Vortritt lassen, »in no sort hinder the company by preventing of better chapmen. After some debate on this business, the Court conceived that Mr Governor & Mr Abdy were likely to bee their best Chapmen, who had formerly taken of good quantities for the Foreign«.[35] Der Wettbewerb um den Vertrieb funktionierte also nicht allein über Preisgebote, sondern auch (und vielleicht zunehmend) als Prestigekonkurrenz.[36] Auch hier, im Londoner Indigomarkt des frühen 17. Jahrhunderts, zeigen sich also verschiedene und wechselnde Ebenen von ökonomischer Konkurrenz und Kooperation, die für Preisbildungsprozesse relevant waren – ebenso wie im Blick auf die hochliquiden Devisenmärkte in Amsterdam und Antwerpen im frühen 18. Jahrhundert oder auf die punktuellen Getreidemärkte an westfälischen Schlosstüren im frühen 19. Jahrhundert. Die Konkurrenz von Nachfrager:innen um ein knappes Handelsgut und von Anbieter:innen um die Gunst der Nachfrager:innen ist mithin nicht die einzige Konkurrenz, die im Hinblick auf Marktpreisbildung relevant ist.[37] Märkte existieren diesbezüglich auch nicht in zwei Zuständen, entweder unbedingter Konkurrenz oder unbedingten Monopols. Bei genauerem Hinsehen sind Monopole nicht monolithisch, Konkurrenzen sind hart oder zögerlich, werden suspendiert oder umschlichen.

Märkte lassen sich stets als Orte des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage begreifen. Die geschilderten Fälle aber zeigen, wie bedacht, wie taktisch, auf welch unterschiedliche Weise dieses Zusammentreffen geschieht, wie sehr dies aus unterschiedlichen Konstellationen von Konkurrenz und Kooperation, von gewollter Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit erwächst. Anbieter:innen und Nachfrager:innen legen meist nicht einfach ihre Präferenzen auf den Tisch, sie benennen nicht offen und klar, welche Mengen sie zu welchen Preisen abzugeben respektive abzunehmen bereit wären – so dass man diese Vorstellungen nur noch anordnen und einander zuordnen müsste, um im gleichsam automatischen Kalkül Preis und Marktvolumen zur allseitigen Einigkeit zu bestimmen, wie im modelltheoretischen Schneiden von Angebots- und Nachfragekurve.

Wann und wie man sich in das Marktgeschehen mit seinen Preisbildungsprozessen einbringt und wie beziehungsweise ob man dies Anderen signalisiert, sind offene Entscheidungsfragen. Anbieter:innen müssen entscheiden, wieviel der ihnen zur Verfügung stehenden Gütermengen sie wann als Angebot auf den Markt bringen, unter welchen Bedingungen sie dieses offerieren und wie offen, wie laut: in aller Beiläufigkeit, wie ein unauffällig Münzen aus Amsterdam importierender Devisenarbitrageur in Antwerpen, oder demonstrativ-pompös, wie ein Marktführerschaft reklamierender und deklamierender Exklusivgroßhändler für Indigo in England? In einer offenen Auktion am Nordkirchener Schlosstor oder doch lieber im dezenten Sondieren unter den dort erscheinenden potenziellen Abnehmer:innen? Dasselbe gilt für die Nachfrager:innen: Welche Menge will man zu welchen Konditionen effektiv nachfragen? Und fragt man öffentlich oder heimlich unter der Hand oder wiederum: ganz beiläufig-unauffällig? Schiebt man sich in den Vordergrund und die Konkurrenz an die Seite, oder wartet man ab, spricht man ab, zögert die Anbieter:innen aus der Reserve? All diese Entscheidungsprobleme verweisen zudem aufeinander, denn die Akteur:innen beobachten einander und wissen selbstreflexiv um die Wirkung ihres eigenen Handelns, mit dem sie das Marktgeschehen mitgestalten und so ihren Einfluss auf die Preisbildung geltend machen.

Alexander Engel / Tim Neu / Friederike Scholten-Buschhoff



Privilegieren oder boykottieren

Auf Märkten konkurriert nicht jede:r gegen jede:n. Tatsächlich bilden Marktteilnehmer:innen häufig Koalitionen, um sich knappe Güter und Absatzchancen zu sichern. Gerade in der Fremde bilden Kaufleute durch »Nationen«, Sprachen oder Konfessionen definierte Gruppen, die sich um die Gunst der Obrigkeiten, um Monopole und Privilegien bemühen.

»Haben wir, als Unterzeichnete, vereinbart, dass es niemandem erlaubt sein wird, irgendwelche Waren oder Güter in irgendeinem der holländischen Schiffe, die […] zu Juden oder anderen Nationen, direkt oder indirekt, nach Holland oder Ponent[1] [fahren], […] zu laden«: So lautete der Kernsatz eines umfassenden Boykottbeschlusses aller 14 Mitglieder der *Nazione Olandese-Alemanna* in Livorno am 9. April 1699. Dieser Verbund von elf reichen Niederländern und drei Hamburgern sah sich seit einiger Zeit mit einer Konkurrenz konfrontiert, welche die vormals erfolgsverwöhnte Gruppe immer stärker in Bedrängnis brachte. Diese 14 bestens nach Nordeuropa, vor allem Amsterdam, vernetzten Kaufleute hatten als vom Seeverkehr abhängige Unternehmer unter dem schweren Seekrieg von 1688 bis 1697 besonders gelitten. Der Friede brachte jedoch statt der erhofften wirtschaftlichen Erholung ein noch größeres Problem als französische Kaperfahrer zum Vorschein: jüdische Händler in Livorno, die im engen Handel mit Amsterdam standen und damit um das Kerngeschäft der holländisch-deutschen Nation an diesem zu dieser Zeit wohl bedeutendsten Marktort des Mittelmeeres konkurrierten. Gegen diese neuen Kaufleute beschloss nun der Verband – der im Besitz seiner Mitglieder eine große Handelsflotte im Einsatz zwischen der Levante und Amsterdam wusste – das oben zitierte Befrachtungsverbot, um die unliebsame Konkurrenz zu schwächen.

In der einschlägigen Literatur werden für die Republik der Niederlande und den Hafen Livorno recht eingängige Chiffren verwendet. Während die Republik als »First Modern Economy« berühmt ist,[2] erfreut sich Livorno des Ruhms, als erster »Free Port« der Geschichte den Weg zum Ideal des weltweiten »Free Trade«[3] gebahnt zu haben. Freiheit des Handels, Offenheit für Wettbewerb, das scheint das Erfolgsrezept beider Orte gewesen zu sein. Für beide gilt das im Wesentlichen für denselben Zeitabschnitt vom späten 16. bis zum Ende des 18. Jahrhunderts. Angesichts dessen irritiert, dass sich die Niederländer 1699 offenkundig in Livorno quer zu diesen Zuschreibungen verhielten. Hier schloss sich, wie es im Hochmittelalter typisch gewesen war, eine korporative Gruppierung von Händlern auf Basis ihrer gemeinsamen Nationszugehörigkeit zusammen und beschloss den Boykott einer anderen Händlernation. »Free Trade« war hier sicher kein handlungsleitendes Ideal.

Nimmt man weitere Beispiele für Zugangsbeschränkungen zu frühneuzeitlichen Märkten in den Blick, so zeigt sich rasch, dass das Verhalten der Niederländer in Livorno geradezu als typisch gelten kann. Dies gilt nicht nur für Maßnahmen, die Marktteilnehmer:innen selbst ergreifen, sondern umso mehr, wenn Obrigkeiten involviert waren und Monopole als Mittel der Marktorganisation einsetzten. Um die geografische und chronologische Reichweite dieses Phänomens zu verdeutlichen, sei zunächst auf einen von Italien sehr fernliegenden, zeitgenössisch breit rezipierten Kontext verwiesen, bevor wieder zu Livorno und dem niederländisch-sephardischen Konflikt übergeleitet wird: die Interaktion zwischen Frankreich und den indigenen Gemeinschaften im heutigen Kanada um 1600.

Nachdem in den 1580er Jahren der Pelzhandel in Nordamerika zu einem lukrativen Geschäft geworden war, etablierte sich zunächst ein freier Wettbewerb an Orten wie der Bucht von Tadoussac am St.-Lorenz-Strom. Hier liefen saisonale indigene Handelsnetze auf einem großen Tauschmarkt zusammen und boten denjenigen Europäern, die zuerst vor Ort waren, die bestmögliche Auswahl an Pelzen. Je später europäische Händler eintrafen, desto eher sahen sie sich Konkurrenten gegenüber, was den Indigenen die Macht gab, höhere Preise zu verlangen. Die Folge war ein Wettrennen darum, der Erste am Handelsplatz zu sein, das unter anderem mit einem tödlichen Überwinterungsversuch im Jahr 1600 einen tragischen Höhepunkt fand.[4]

Für diejenigen in Frankreich, die am Aufbau von Kolonien und langfristigen Investitionen interessiert waren, galten angesichts derartiger Resultate

offener Handel und Wettbewerb als nachteilig. Ein königliches Privileg mit einem Monopol war für sie die bessere Alternative, da so Handel den Aufbau von Kolonien finanzieren könnte. In diesem Sinne warb der Seefahrer und Kartograf Samuel de Champlain seit 1603 mit seinem weit verbreiteten Werk *Des Sauvages* sowie mittels Bittschriften und Lobbyarbeit intensiv für ein Handelsprivileg zur Finanzierung einer Kolonie zum Wohle Frankreichs.[5] Seine Bemühungen, die er zusammen mit einer Gruppe Adeliger und Kaufleute verfolgte, waren 1606 von Erfolg gekrönt, als Heinrich IV. seinen Partnern das Recht zum exklusiven Pelzhandel gewährte.

Diese Begrenzung des Marktzugangs eröffnete ein Wechselspiel von Marktbegrenzung und -öffnung, in dem sich unterschiedliche Praktiken des Protestes und der Umgehung von Zugangsbegrenzungen erkennen lassen. Noch während die Monopolhalter Handelsreisen und eine Koloniegründung planten, regte sich breiter Protest.[6] Eine Interessengemeinschaft von Bürgermeistern, Schöffen, Ratsleuten, Rechtsgehilfen und Kaufleuten aus mehreren Küstenstädten, die selbst vom Freihandel profitierten oder von Händlern beeinflusst waren, versuchten bei den *Parlements* – einflussreichen, mit Adeligen besetzten Gerichtshöfen mit legislativer Funktion – gegen das Monopol zu agitieren.[7] Die Krone erzwang jedoch von den *Parlements* die offizielle Anerkennung des Privilegs und unterband weiteren Protest durch Androhung eines allgemeinen Auslaufverbots für Schiffe nach Nordamerika. Fortan galt in *Nouvelle France* formal ein Monopol; doch neuer Protest dagegen zeichnete sich bereits ab.[8]

Derartige Monopolpraktiken der Frühen Neuzeit, die von obrigkeitlicher Seite ausgingen, werden seit Adam Smith bis heute gerne in Gänze kritisiert und deutlich seltener verteidigt.[9] Dabei spielt das Argument der erfolgreichen Gegenbeispiele zu den langfristig erfolgsärmeren ›privilegienfreundlichen‹ Staatswesen eine ganz eigentümliche Rolle. Diese Gegenbeispiele sind jedoch mit einiger Vorsicht zu betrachten, wie der erneute Blick nach Livorno zeigt.

Im Freihafen Livorno war die tagtägliche Praxis des Handels der Nationen eine der dauernden Exklusion und des gegenseitigen Boykotts ohne obrigkeitliche Intervention – und der oben geschilderte Konflikt zwischen der holländisch-deutschen und der jüdischen Nation machte dieses typische Verhalten besonders sichtbar. Der Konflikt hatte eine entsprechende Vorgeschichte: Im Anschluss an den von 1652 bis 1654 dauernden Englisch-Niederländischen Krieg hatten die Niederländer in Livorno angesichts des Verlusts ihrer bis dato umfassenden Marktmacht Monopolpraktiken

etabliert. Am 1. August 1654 heißt es in der Begründung des ersten entsprechenden Beschlusses, dass seit geraumer Zeit zum großen Nachteil der eigenen Nation die Händler anderer Nationen angeblich auf niederländischen Schiffen luden und dabei nur dieselben Raten wie die eigenen Kaufleute bezahlten. Dies sei sehr nachteilig, da die Niederländer im Gegensatz dazu auf Schiffen anderer Nationen viel höhere Gebühren bezahlen müssten. Das scheinbare Ideal einer gleichpreisigen Befrachtung über die Nationsgrenzen hinweg war aber nur vorgeschoben. Einen substanziellen Frachtverkehr nach Livorno hatten aus Nordeuropa zu dieser Zeit nur die Niederländer und Engländer – und diese waren noch drei Monate vor diesem Beschluss Kriegsgegner gewesen.[10] Tatsächlich ärgerte die Niederländer in Livorno wohl eher die Tatsache, dass ihre Landsleute in Nordeuropa nur kurz nach Kriegsende überhaupt englische Schiffe nutzten.

Der Beschluss hatte konsequenterweise als eindeutiges Ziel die Schwächung der englischen Frachtfahrt. Man beschloss, dass fortan alle Kaufleute anderer Nationen auf Schiffen der holländisch-deutschen Nation erhöhte Frachtraten bezahlen müssten. Die Liste an Frachttarifen führt Satin, Seide, Baumwolle, Gewürze und weitere vor allem levantinische Güter explizit auf. Alle nicht explizit genannten Güter wurden mit 30 Gulden pro Last Extrakosten für Händler fremder Nationen belastet. Wer sich den Beschlüssen widersetzte, dem wurden 1.000 Gulden Strafe angedroht.[11]

Das Resultat war in Livorno recht klar: Die Engländer nutzten fortan nur noch englische Schiffe, die Niederländer niederländische. So gewöhnten sich die Nordeuropäer im angeblich freiesten Hafen ihrer Zeit daran, besonders »national« in Bezug auf Befrachtung zu operieren. Das wäre in der Praxis wohl weitgehend problemlos geblieben, wäre nicht eine Konkurrenz aufgekommen, die sich durch die »nationale« Kategorie nicht hinreichend greifen ließ. Amsterdam und Livorno beheimateten in der Frühen Neuzeit die wohl bedeutendsten sephardischen Gemeinden Europas, und ihr Handel war angesichts der Profitabilität des Austauschs zwischen Nordsee und Mittelmeer intensiv – und lief fast nur über niederländische Schiffe. Die jüdische Nation in Livorno, die seit 1593 relativ straff organisiert war und durch Massari, also hochrangige Gemeindemitglieder mit juristischen Befugnissen gegenüber allen Juden vor Ort, geleitet wurde, zählte um 1690 bereits etwa 5.000 Personen – und sollte sich bis 1740 sogar noch einmal fast verdoppeln. Innerhalb dieser großen Gemeinde fanden sich sehr kapitalstarke Händler.[12]

Deren Marktmacht wurde just dann für die Niederländer in Livorno problematisch, als sie ihre Dominanz im internationalen Handel schrumpfen sahen – besonders durch den Seekrieg von 1688 bis 1697. Das war in Livorno umso problematischer, als die jüdische Nation gerade dank der internationalen Kriege um 1700 eine immer höhere Bedeutung im globalen Gütertausch erlangte.[13] Diese besondere Marktmacht mag bei den Sepharden Anlass gegeben haben, sich gegen die geschwächte holländisch-deutsche Nation zu wenden. Gegen Ende des 17. Jahrhunderts nahm das Phänomen zu, dass die sephardischen Juden Livornos sich weigerten, bei einer Nutzung niederländischer Schiffe weiterhin die Konsulatsabgabe an den niederländischen Konsul zu bezahlen, der auch Vorsteher der holländisch-deutschen Nation war. Der Grund hierfür war wahrscheinlich, dass die Sepharden, die bereits eine Abgabe für Schiffsfrachten an die Massari leisten mussten, es schlicht nicht mehr akzeptierten, doppelt zur Bezahlung verpflichtet zu sein.

Als Reaktion darauf kam es am 8. April 1698 und ein Jahr später zu den eingangs genannten Beschlüssen der Niederländer mit dem Ziel, ihre weiterhin starke Stellung in der Seefahrt zu nutzen, um den Sepharden ihre Dominanz im Handel streitig zu machen. Für sephardische Juden in Livorno war forthin der Seehandel auf niederländischen Schiffen im Besitz der holländisch-deutschen Händler Livornos gesperrt.

Ein solches Resultat konnte nicht im Interesse der niederländischen Republik sein. Diese musste befürchten, dass damit der Frachtverkehr der Sepharden zwischen Amsterdam und Livorno auf englische oder skandinavische Schiffe gelenkt würde. Es folgte daher eine Intervention von Seiten Amsterdams. Bereits am 24. Juni 1699 gelang ein scheinbarer Kompromiss, vermittelt durch den Amsterdamer Bürgermeister Nicolaas Witsen. Dabei wurden die Juden verpflichtet, die Gebühr an den niederländischen Konsul zu entrichten und in ihren Synagogen nicht mehr gegen die Niederländer zu predigen. Dieser durch die staatliche Ebene der Niederlande erzielte Kompromiss konnte aber nur in Amsterdam Geltungskraft erlangen, da er zu stark zu Lasten der Sepharden insgesamt geschlossen worden war – sie hatten ja keines ihrer Ziele durchgesetzt. Laut einem Brief des französischen Konsuls vom 30. April 1700 beschlossen die Juden in Livorno daher, unter Strafandrohung der *excommunication*, kein niederländisches Schiff mehr zu befrachten.

Der Boykott hatte also zu einem Gegenboykott geführt, obgleich keine Obrigkeit eine solche Lage gewünscht oder herbeigeführt hatte. Das war

alles andere als eine Ausnahme, wie sich bei einem Blick auf die heimlichen Gewinner des Kampfes zeigt: britische Reeder und Händler, die nun immer höhere Gewinne in Livorno erzielen konnten. Der französische Konsul schrieb über die Briten in Livorno im Jahr 1744, sie hätten entschieden, »keinerlei Waren mehr auf englischen Schiffen zu transportieren, die nicht an Angehörige der eigenen Nation adressiert wären«.[14] Auch viele Briten waren offenkundig offen für den Kartellgedanken, wenngleich in diesem spezifischen Fall die Exklusion auf massiven Druck von London hin rasch scheiterte.[15]

Im Wesentlichen sehen wir hier das Resultat einer Präferenzpraxis, die wir als typisch mittelalterlich/frühneuzeitlich ansehen können. Zugespitzt formuliert: Händler in der Fremde bevorzugten es, Geschäfte mit Personen aus der »eigenen« Gruppe abzuschließen, die national, sprachlich, konfessionell oder anders definiert sein konnte. In Boykotte schlug diese implizite Grundlinie dann um, wenn der sich aus dem Zusammenhalt der Gruppe ergebende Gesamtprofit durch abweichende Aktivitäten einzelner bedroht wurde – oder, in den Worten des niederländischen Konsuls von Livorno im Jahre 1737 selbst, dass durch solche Aktivitäten »dese heylzame instellingen« selbst in Gefahr gerieten. Das Phänomen der Boykotte und Gegenboykotte in Livorno, die die mächtigsten Händlernationen hier gegeneinander verhängten, zeigt sich als eine notwendige Praxis von solchen Zusammenschlüssen auf der »nationalen« Ebene in der Fremde, da sie sonst ihre Existenzgrundlage einbüßen mussten.

Dabei ist die Rolle der ›Obrigkeit‹ ambivalent, wie die Interventionen Amsterdams und Londons zeigen, die sich als kartellfeindlich erwiesen hatten (→Gewinne begrenzen). Dies sei durch einen erneuten Blick ins frühe französische Kolonialreich in Kanada anhand eines interkulturellen Vergleichs illustriert. In *Nouvelle France* hatte die Obrigkeit auf Betreiben Samuel de Champlains und seiner Partner wie oben beschrieben ein Monopol gewährt und gegen Widerstand durchgesetzt. Doch im konkreten Handel vor Ort stellten sich den Monopolinhabern ähnliche Probleme, wie sie die boykottierenden Niederländer in Livorno plagten. Nur selten gelang es Champlain oder seinen Partnern angesichts der Weite des Raumes, illegale Händler zu ertappen.[16] Selbst wenn sie prominente Handelsplätze wie Tadoussac stichprobenartig kontrollierten, blieb der Konkurrenz die Möglichkeit, andere Orte für ihre Käufe und Verkäufe anzufahren. Ohne die Kooperation der Indigenen, die jedoch selbst von einer Konkurrenz unter Europäern mehr profitierten als von einem Monopol, blieb letztlich

als einzige Möglichkeit die Kontrolle des Imports nach Frankreich – eine Methode, die jedoch anfällig für etablierte Vermeidungsstrategien wie Schmuggel und Korruption war. Das Monopol wurde insofern zwar mit Blick auf den Tauschmarkt in Tadoussac vergeben, war aber eigentlich nur in Häfen, also am Ansatzpunkt der Vernetzung der nordamerikanischen mit den französischen Märkten, praktisch wirksam. Das Monopol wies zudem eine weitere, in der frühneuzeitlichen europäischen Staatenwelt und dem kolonialen Raum nicht zu vermeidende Schwäche auf. Es gab keine Möglichkeit, Konkurrenten aus anderen Ländern am Handel zu hindern. Dies galt umso mehr, wenn der Herrscher Allianzen mit auswärtigen Mächten schließen wollte.[17] Die politischen Interessen der Obrigkeiten konnten der Durchsetzung der von ihr selbst gewährten Monopole entgegenstehen.

Dabei sollte aber die Wirkmacht des Monopols nicht unterschätzt werden. Es brauchte gar keine vollständige Durchsetzung, um Gewinn für seine Inhaber zu erzielen und um Widerstand zu provozieren. Drohende Sanktionen, wie die Konfiskation von Waren, genügten, um Investitionen in Handelsreisen von Konkurrenten zu hemmen. Es war außerdem kosten- und zeitaufwändig, die neuen Begrenzungen in der Praxis zu umgehen – sei es durch Schmuggel oder Bestechung.

Nachdem die *Parlements* vom König ausgehebelt worden waren, gaben die vom Handel Ausgeschlossenen daher ihre Bestrebungen nicht auf und verlegten sich – allen voran die Gilde der Hutmacher von Paris, deren Gewinnmarge vom Preis für Biberfell abhängig war – auf Lobbyarbeit bei Hofe.[18] Champlain und die weiteren Fürsprecher des Monopols identifizierten dort den Herzog von Sully als ihren zentralen Widersacher, der als *Surindentant de Finances* erheblichen Einfluss besaß und auch auf den geheimen Rat des Königs einwirken konnte. Auf dessen Empfehlung hin erfolgte bereits 1607 die weitgehende Aufhebung des Monopols.[19] Nur ein Jahr später konnten dann aber wiederum kolonialaffine Kreise den König überzeugen, ein neues, aber räumlich eng begrenztes Monopol für Champlain und seine Partner zu gewähren. Auch dieses Monopol wurde bekämpft und 1609 schließlich wieder aufgehoben. In jedem Schritt dieses Wechselspiels von Zugangsbeschränkung und Öffnung erwies sich Heinrich IV. als alleiniger Entscheider über Zugangsrechte zu den Handelsplätzen Kanadas, wobei er dem Rat des Herzogs von Sully grundsätzlich folgte.

Eine Betrachtung der Organisation des Marktzugangs und den Praktiken der Exklusion im Kanada des 17. Jahrhunderts wäre allerdings unvollständig, wenn die Indigenen ausgeblendet blieben. Insbesondere dürfen sie

nicht als eine homogene, passive Gruppe gesehen werden. Bereits Samuel de Champlain schrieb in seinen Texten, dass seine indigenen Handelspartner untereinander auf zwei Weisen, einer externen – also gegenüber anderen indigenen Gruppen – und einer internen in Bezug auf die eigenen Siedlungsgemeinschaft, die Marktteilnahme zu beschränken versuchten.[20]

In seinem 1603 erschienenen Werk *Des Sauvages* und seinen 1616 publizierten *Voyages* schilderte Champlain, dass indigene *Nations* mit offener Gewalt darum kämpften, die Handelsplätze exklusiv zu nutzen.[21] Champlain betonte in dieser Hinsicht, dass die *Montagnais*, die ersten Handelspartner der Europäer, gemeinsam mit verbündeten Gruppen der *Algonquin* und *Etchemins* die *Mohawks* angegriffen und ihnen den Zugang zu Tadoussac verwehrt hätten. Da die *Mohawks* Teil der überregionalen Irokesenföderation waren, provozierten die Angriffe weitreichende Gegenschläge, welche die Versorgung mit Pelzen gefährdeten. Champlain empfahl daher in seiner eindeutig parteilichen Schilderung ein enges Bündnis gegen die *Iroquois* und eine Verknüpfung des Handels mit dem Ziel, die anderen indigenen *Nations* zu stärken. Eine Monopolsituation auf der Seite der indigenen Handelspartner im kolonialen Raum, wie man sie selbst anstrebte, sollte verhindert werden – und implizit scheint angedeutet, dass das eigene Monopol auch daher notwendig war, da die Anderen eines anstrebten. Die typologische Ähnlichkeit zum Fall Livorno ist hier deutlich.

Die indigenen Partner der Franzosen regelten aber laut Champlain darüber hinaus auch innerhalb ihrer einzelnen *Nations* intern, wer in Tadoussac wann handeln durfte und wer nicht. Der Zugang zum Markt wurde hier aufgrund der sozialen Ordnung innerhalb der Gemeinschaft geregelt, gestützt auf die jeweiligen indigenen Autoritäten (→Zugang finden). Der konkrete Handel mit den Europäern war dabei nicht rein kommerziell, sondern ausgehend von der kulturellen, diplomatischen und sozialen Bedeutung der indigenen Anwesenheit gestaltet, da jene sich zugleich auch zu gemeinsamen Riten und zur Vorbereitung von Kriegszügen trafen. Champlain gibt an, die Indigenen hätten geplant, wer an welchem Tag in welcher Reihenfolge den Europäern seine Pelze anbiete und ob jemand für die aktuelle Saison davon ausgeschlossen bleibe. Diese Praktik einer Reihung des Angebots, die Akteure temporär vom Markt ausschloss, ermöglichte es, durch den Handel die eigene soziale Ordnung zu festigen. Im interkulturellen Vergleich zeigt sich somit eine zusätzliche Bedeutungsebene der temporären Verweigerung des Marktzugangs. Der Frage, wie der Zugang zum Handelsplatz Tadoussac und zu begehrten Handelsgütern geregelt war, kam damit sowohl für fran-

zösische wie auch für indigene Akteure eine hohe Bedeutung zu. Auf beiden Seiten ist dabei der Wunsch nach einer Kontrolle des Marktzugangs auf der eigenen Seite zu erkennen.

Allgemeiner gefasst: Den Wunsch nach Marktkontrolle/-beschränkung haben Tadoussac und Livorno als Chiffren für eine ganze Reihe an jeweils beteiligten Parteien in den dargestellten Konflikten im 17. Jahrhundert offenkundig gemeinsam. Dabei standen den marktbeschränkenden Akteur:innen jedoch grundsätzlich auch Gegner gegenüber, die in der Tendenz aber weniger eine generelle Öffnung der Märkte wünschten, als vielmehr punktuell eine empfundene Benachteiligung bekämpften – und wenn das auf dem legalen Wege nicht ging, dann vor allem durch Schmuggel. Eine praxeologische Sicht auf Monopolpraktiken zeigt damit zum einen, dass die Abgrenzung der Interessen von Obrigkeiten und Händlern in der Forschung oft überzogen ist, und zum anderen, dass eine Marktzugangsbeschränkung zu Problemen bei der praktischen Umsetzung führte und Reaktionen der ausgeschlossenen Akteure provozierte – sei es, weil sie eine Freiheit des Handels forderten oder weil sie selbst ein Monopol anstelle der Monopolhalter anstrebten.

Auf der Ebene der Händler, der Korporationen und der Obrigkeiten wurden diese als ein grundsätzlich legitimes Mittel des Operierens auf Märkten angesehen. Die Gegner solcher Praktiken kritisierten weniger das Prinzip, sondern für sie ungünstige Fallkonstellationen. Die staatliche Ebene changierte dabei zwischen den Positionen. Das galt auch in Frankreich um 1600: Der Herzog von Sully, der das Monopol Champlains so heftig bekämpfte, war zugleich derjenige Minister, der 1604 der ersten französischen Ostindienkompanie ein Monopol gab; und da es gegen auswärtige Mächte gerichtet war, erregte dieses eben keinerlei Widerspruch in Frankreich. So ist das Marktgeschehen der Frühen Neuzeit fast immer auch mit Exklusions- oder Privilegienphänomenen verknüpft – und dies galt nicht nur in Europa, sondern offenkundig auch innerhalb indigener Kulturen Nordamerikas.

Simon Karstens / Magnus Ressel



Produzieren und argumentieren

Die Umstände, unter denen Waren für den Verkauf auf Märkten hergestellt werden, bergen Konfliktstoff. Arbeits- und Produktionsverhältnisse können ebenso beklagt werden wie Geruchs- und Geräuschemissionen. Umstrittene Herstellungskontexte werden von den Produzent:innen immer wieder mit Zwängen gerechtfertigt, die vorgeblich durch die Einbindung in Märkte entstehen.

»Diesem trettet noch bey, daß wan man gegenseits den gestoßenen taback […], der tabacks-staub zuweilen in solcher menge in die nachbahrschafft getrieben wird, daß man sich daselbst nicht auffhalten möge, ja was das mehreste ist, so dringet dieser tabacks-staub so gar in die häußern […] die speisen, und machet selbige gantz unschmackhafft, und der gesundheit schädlich«.[1]

Dieser Auszug aus einer Supplik an den Kölner Rat dokumentiert einen Streit, der sich im Jahre 1772 in Köln um die Tabakproduktion in der Stadt entzündete. Es handelt sich um einen langjährigen Konflikt zwischen der Anwohnerschaft einer Tabakmühle und der Witwe Foveaux, welche die Produktionsstätte betrieb.[2] Die Nachbarschaft wollte Krach, Gestank und das von der Tabakfabrikation verbreitete »Getöse« einstellen lassen und klagte vor dem Kölner Ratsgericht gegen die Witwe. Die Argumente der Klage reichten von akustischer und olfaktorischer Belästigung bis hin zu gesundheitsschädlichem Staub und Bewegungen der Erde, die zum Einsturz der Häuser in der Nachbarschaft der Mühle führen konnten. Das benachbarte Frauenkloster war Mitklägerin und behauptete, dass der klösterliche Alltag gestört wurde. Zumindest auf den ersten Blick stand hier die Fabrikation des Genussgutes Tabak anscheinend einem Gemeinwohlverständnis gegenüber, das sich aus Gesundheit, Hauseigentumsrechten und Seelenfrieden eines Klosters zusammensetzte. Doch die Unternehmerin sollte mit einem ihres Erachtens weit höheren Gut dagegenhalten: der Nahrungserhalt über den Absatzmarkt. Absatzmärkte, Produktionskosten und Preise des Tabaks

waren die zentralen Faktoren auf der Mikro-, Meso- und Makroebene, seit 1619 erstmals Menschen aus Afrika auf den nordamerikanischen Kontinent entführt worden waren, die in Jamestown verkauft und in Virginia zur Tabakproduktion gezwungen wurden.[3]

Im 17. Jahrhundert fand der Tabakhandel Verbreitung. Verarbeitung und Verkauf des Rohstoffes entwickelten sich zum florierenden Gewerbe. Nach dem Dreißigjährigen Krieg erfreute sich das Rauchen immer größerer Beliebtheit und führte auch in Köln zu einem Ausbau der Produktion und des Zwischenhandels mit den einzelnen Produkten wie beispielsweise Schnupftabak. Die Zahl der Tabakhändler:innen nahm in der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts mit dem Anstieg der Herstellung von Schnupf- und Rauchtabak, der überwiegend aus der Pfalz kam, zu. Doch für die Herstellung von höherwertigem Tabak wurden niederländische Tabakblätter aus Übersee, sogenannte »Virginische Tabaks Blätter«, eingekauft.[4] Die eingewanderten Kaufleute machten sich durch die Verarbeitung in der ganzen Region bekannt.[5] Organisiert war das Gewerbe sowohl im Verlagssystem, in dem Tabakspinner:innen verlegt wurden, als auch im Manufakturbetrieb, der meistens von denselben Verleger:innen betrieben wurde.[6] Der Kleinverkauf wurde über Läden betrieben, die jeder Manufaktur angegliedert waren. Das weitere Absatzgebiet umfasste das Bergische Land, das Sauerland, Westfalen, Braunschweig sowie Hannover und weitete sich im späten 18. Jahrhundert bis nach Frankreich aus. Das lag unter anderem an den französisch-katholischen Fabrikationen der Foveauxs und DuMonts, die sich in Köln ansiedelten und ihr Handelsgeschäft bis ins 19. Jahrhundert von dort aus erweiterten.

Da das Gewerbe vom Rat gefördert wurde und kaum arbeitsrechtlichen Einschränkungen unterworfen war, war es den beiden großen Fabrikantenfamilien möglich, sowohl Produzentin wie auch Händlerin von Tabakerzeugnissen zu sein.[7] Bis ins 19. Jahrhundert war die Familie Foveaux eine der reichsten Kaufmannsfamilien in Köln. Zudem war der Handelszweig von wirtschaftlicher Bedeutung für die Stadtentwicklung, da er auch in ökonomischen Krisenzeiten große Geldsummen umsetzte und durch die in der Stadt gebauten Mühlen und Manufakturen vielen Menschen Arbeit bot. Der umsatzstarke Wirtschaftszweig hatte jedoch auch immer wieder mit Einbußen und Einschränkungen zu rechnen und ging daher hohe Risiken beim Im- und Exportgeschäft ein. In Kriegszeiten oder durch den Einmarsch der Franzosen und die 1798 entlang des Rheins errichtete Zolllinie musste zu Maßnahmen der Standortverschiebung auf die rechtsrheinische

Seite gegriffen werden. Im Zeitraum von 1789 bis 1810 stieg das arbeitende Kapital in der Kölner Tabakbranche um 500.000 Francs, gleichzeitig war die Zahl der Beschäftigten um 400 gesunken.[8] Kölner Zigarren wurden zum Teil wiederum in die USA exportiert.[9] Doch hatte die Tabakproduktion für die anderen Gewerbetreibenden in der Stadt einen üblen Beigeschmack, wie sich der eingangs zitierten Klage entnehmen lässt. Außer über den allgegenwärtigen Tabakstaub beklagte sich die Nachbarschaft zudem über das beständige Dröhnen der Mühle. Die Witwe Foveaux entgegnete:

»Das Stampfen und Stossen des Tabacks ist von noch weniger beträchtlichkeit, all dieweilen solches Gesetz in hiesiger Statt unbekännt ist, wo jemanden verbotten seyn solle, nach Erfordernus seiner Nahrung und […] seiner Handlung zu stossen, und zu stampfen, Buchbinder, Apotheker, Naturalisten, Gewürz- und- Caffeecrämer würden gewis am übelsten daran seyn, wenn ihre Nachbaren das Recht sich ausnehmen dörften, über ihr Schlagen, Stossen und Stampfen sich zu beschweren, und in Fortsetzung ihres Gewerbs ihnen hinderlich zu fallen«.[10]

Foveaux verwies also auf ein übergeordnetes Bedürfnis, das Erfordernis der Nahrung. *Nahrung* bedeutete in der Frühen Neuzeit auf der einen Seite eine materielle standesgemäße Grundversorgung. Auf der anderen Seite meint dies auch die Verantwortung der wohlhabenden Bürgerschaft und der Stadtobrigkeit gegenüber der Bevölkerung, diese ausreichend zu versorgen. *Nahrung* war daher auch keine feste, konstante und für alle Einwohner:innen gleiche Größe. Sie war vielmehr ein von allen Seiten verwendetes rhetorisches Mittel und manchmal eine feste Größe, wie im Falle der städtischen Obrigkeiten, die die Versorgung der Stadtbewohner:innen gewährleisten mussten. Meistens war die Argumentation mit der *Nahrung* jedoch auf die Situation, auf den Stand und auf das spezifische Gewerbe bezogen und variierbar.[11] Die Kauffrau fuhr weiter fort:

»Gnädige Großgebietende Herren! Nichts befremdeter hat mir jemalen vorkommen können, als jene Nachricht das, nachdem ich meine Tabacksmühle jetz bis ins eilfte Jahr in der grösten ruhe betrieben habe, nun endlich einige Benachbarten wider mich aufgestanden seyen, um ein solch = gemeinnutziges Gewerbe zum stillstand zu bringen, wovon so viele sonst nahrlosen Leute ihr Brod und Unterhalt hernehmen«.[12]

Der *Gemeinnutz* als Idee des Gemeinwesens beinhaltete die standesgemäße Lebensführung oder die bürgerliche *Nahrung*, die über die Haushalte produziert und organisiert wurde und deren Rahmenbedingungen von der Stadt rechtlich und wirtschaftlich gewährleistet werden mussten.[13] Die Kategorien Gemeinnutz und Eigennutz sind als Kern des Normensystems

der ständischen Gesellschaft zu verstehen, die gekennzeichnet war durch die Vorstellung einer stabilen Ordnung und die funktionale Zuweisung von Schlüsselfunktionen an bestimmte soziale Gruppen in einer grundsätzlich schöpfungsbedingten harmonischen Gesellschaftsordnung. Es herrschte eine deutliche Diskrepanz zwischen der Idee von den »verwerflichen« Reichtums- und Luxusbestrebungen und der Praxis im Handel und Gewerbe der Frühen Neuzeit. Eigennutz galt als selbstsüchtiges Streben nach Überfluss, war aber zugleich Motor für wirtschaftliches Handeln und wurde als solches von einigen Ökonomen und Kaufleuten verteidigt.[14] Gleichzeitig galt der gemeine Nutz in Abgrenzung zum Eigennutz als Ordnungsvorstellung und Orientierung für staatliches wie individuelles Wirtschaftshandeln. Beide Ideen – der Gemeinnutz als Ordnungsvorstellung und der Eigennutz als ökonomische Triebfeder – sind bereits im 16. und 17. Jahrhundert wirksam und nicht erst im 18. Jahrhundert. Die städtischen Obrigkeiten mussten zwischen allgemeinen Interessen der Stadtbevölkerung und Partikularinteressen auf Kosten anderer, zwischen Gewährleistung der Nahrung und dem Ausbau wirtschaftlicher Aktivitäten einen Weg finden, zumal der Rat in Köln, wie in der Verfassung von 1396 formuliert, dem Erhalt und Ausbau des ökonomischen Wohlstands für die gesamte Bürgerschaft verpflichtet war.

Die Witwe stand zwar allein gegen die Anwohnerschaft, aber sie hatte ein gewichtiges Argument auf ihrer Seite, mit dessen Hilfe sie sich vehement in langen Stellungnahmen zu den Vorwürfen zur Wehr setzte: Die Fabrikation versprach Wohlstand für die Gesellschaft durch unternehmerisches Handeln. Entsprechend betonte Unternehmerin Foveaux immer wieder, dass die Mühle dem Gemeinwohl und damit dem Wohlstand der Bürgerschaft zugute käme. In der Frage der bürgerlichen Nahrung und des Gemeinnutzes standen sich die Interessen der Stadt um Arbeitsplätze und Auskommen und diejenigen der klagenden Haushalte gegenüber. Dabei stellte die standesgemäße Lebensführung, die Nahrung, eine Handlungsorientierung dar, die das Gelingen von Haushaltung garantieren und gemeinsames Interesse von Obrigkeit und Haushaltsvorstand sein sollte. Daher betonte die Witwe, unzweifelhaft eine der reichsten Frauen in der Region, sie würde vielen »nahrlosen Leuten ihr Brod und Unterhalt« gewährleisten.[15] Gerade durch die Verwendung einer Mühle und nicht von durch Hände gefertigtem Tabak würde ihr Produkt durch unvergleichbare Qualität glänzen, was wiederum auch den Arbeiter:innen in ihren Produktionsstätten ein höheres Ansehen verschaffe. Sie habe 1.000 Thaler zum Wohlstand gebracht, also vermehrt, was ihr in-

dividuelles Vermögen betraf, aber auch zehn Leuten Arbeit verschafft, wie die Witwe betonte. Diese Arbeit würden die Bürger:innen wieder verlieren, wenn die Mühle schließen müsste. Mit dem Hinweis auf spezifische Eigenschaften ihrer Produkte durch die angewandte Produktionsweise argumentierte sie mit den Zwängen der Absatzmärkte, auf denen diese Qualitäten relevant waren, indem sie hervorhob, nicht mehr konkurrenzfähig zu sein, wenn sie per Hand produzieren lassen müsse.

Weder Gestank und Getöse der Fabrikation noch eine drohende Verarmung von Menschen durch Standortverlagerung der Produktion waren für den Großteil der vielen Menschen das Problem, die in Nordamerika seit dem 17. Jahrhundert mit ihrer Arbeitskraft an der Tabakproduktion beteiligt waren. Das Produkt ließ sich auf stetig wachsenden Märkten in Europa gewinnträchtig absetzen. Doch die erzielten Tabakpreise beeinflussten die Nachfrage nach Arbeitskräften in den Kolonien im 17. und 18. Jahrhundert. Die Nachfrage nach Arbeitskräften und die Versklavung von Menschen wurden so mit dem Absatz des Produkts verbunden. Der Tabakanbau steht am Beginn des Siedlerkolonialismus, der Land und Menschen in den Kronkolonien Virginia und Maryland den Produktions- und Vermarktungsbedingungen des Stoffes unterwarf. Im Schatten der Wirtschaftsgeschichte des Tabakabsatzes und -genusses verbergen sich die Lebensgeschichten vieler Sklav:innen und Menschen in Schuldknechtschaft, die im Tabakanbau an der nordamerikanischen Ostküste zur Arbeit gezwungen wurden. In Europa stieg die Nachfrage nach Tabak im 17. Jahrhundert stetig.

Dass die wechselseitige Entwicklung des Tabak- und Sklav:innenmarktes nicht lediglich eine marginale Facette der Politischen Ökonomie ist, zeigt sich daran, dass man bei der Suche nach Markt und Macht unweigerlich auf bekannte Persönlichkeiten aus der politischen Geschichte der Vereinigten Staaten stößt, die wie die Witwe Foveaux mit den Zwängen von Märkten argumentierten, um die Versklavung von Menschen für die Produktion, aber auch beim Handel mit ihnen im Tabakgeschäft zu rechtfertigen. So hatte bereits der Urgroßvater des ersten Präsidenten der Vereinigten Staaten John Washington 1656 in ein Schiff investiert, das Tabak aus der Chesapeake Bay auf die europäischen Märkte bringen sollte und Teil des transatlantischen Dreieckshandels war.[16] John Washington blieb in Nordamerika und kam durch Heirat in den Besitz einer Tabakplantage, auf der Sklav:innen arbeiteten. Als sein Sohn Lawrence Washington 1698 sein Testament verfasste, war Tabak längst zur Währung im Austausch gegen unfreie Arbeitskraft in der Region geworden – er schrieb: »Item I give and bequeath to my sister

Ann Writts Children one man Servant a piece of four or five years to Serve or three thousand pounds of Tobacco to purchase the same to be delivered or paid to them when they arrive to the age of twenty years old«.[17]

In der »ersten Geschichte Virginias« von 1722 ist ebenfalls minuziös aufgelistet, als welch wichtiges Zahlungsmaß Tabak bei der Besteuerung und auf den Rohstoffmärkten galt.[18] Produziert wurde der Rohstoff in Virginia zunächst von versklavten Menschen und solchen in Schuldknechtschaft. Ein Pflanzer namens John Rolfe hatte in den 1620er und 1630er Jahren den Tabakanbau in Jamestown in Virginia auf diese ausbeuterische Weise etabliert. Etwa die Hälfte der Menschen, die im 17. und 18. Jahrhundert in den Dreizehn Kolonien gelandet waren, hatte Erfahrungen als *indentured servants*. Das erste Schiff mit aus Afrika entführten Menschen erreichte 1619 Jamestown, wo sie an Siedler verkauft wurden.[19] Das zunächst auf kleinen Farmen und Manufakturen produzierte Handelsprodukt Tabak wurde auf immer größeren Plantagen und in ausgefeilten Fabrikationen hergestellt. Im Verlauf des 17. Jahrhunderts wurden immer mehr Menschen aus Afrika versklavt und auf Märkten wie in Jamestown an Kolonist:innen verkauft. Der Anteil von Menschen, die aus Afrika auf die Plantagen in den Kolonien gezwungen wurden, stieg stetig gegenüber dem Anteil der in Schuldknechtschaft befindlichen. So ist die Geschichte von Ausbeutung, Enteignung der eigenen Arbeitskraft und Rassismus in Virginia und Maryland mit Tabakproduktion und dem transatlantischen Handel verknüpft, über den unfreie Arbeit und die Rohstoffe vermarktet wurden.[20]

Doch nicht allein die Geschichte des 17. Jahrhunderts war von der Produktion in den Kolonien und dem Angebot des neuen Konsumgutes auf den europäischen Absatzmärkten bestimmt. Immer wieder taucht die Wechselseitigkeit von Tabakmarkt und Arbeitskräften im 18. Jahrhundert auf. Um stagnierenden Tabakpreisen durch Produktionssteigerungen zu begegnen, wurde Kredit für weitere unfreie Arbeitskräfte erfragt. So bat John Syme in einem Brief im Mai 1754 um einen Kredit:

»I have again been Oblig'd to draw largely on this Crop, but you may assure yourselves, my Bills will be very triffling another year, and as I have encreased my Number of negro's considerably and got the genuine sweet scented Tobacco, my crop will be much greater in Quantity, and much better in Quality«.[21]

Ebenfalls in einem Brief ersuchte der Plantagenbesitzer Henry Fitzhugh 1760 einen Bankier namens James Russell, ihm einen Kredit von 100 Pfund zu gewähren, damit er mehr Sklav:innen kaufen könne: »When I assure you

that the debt was not contracted for extravagant living & c. (which is now generally the case) but to purchase negroes [… and therefore] I am in hopes you will not protest my Bill but will advance me whatever the proceeds of my tobacco falls short«.[22] Wenn man nicht auf höhere Tabakpreise hoffen durfte, blieb zur Steigerung des Gewinns auf die nötige Höhe nur eine Ausweitung der Produktion.

Um ihre schwierige ökonomische Lage hervorzuheben, verwiesen Pflanzer oft auf durch Märkte verursachte Zwänge – Zwänge, in die sie auch von Kaufleuten gebracht würden. So beschwerte sich ein gewisser George Washington in den 1760er Jahren wiederholt bei seinem Handelspartner in London, Robert Cary & Co, über unvorteilhafte Preise, die dieser erzielte und die ihn unter Druck brächten.[23] Plantagenbesitzer:innen in Virginia beklagten immer wieder die Konditionen, die ihnen von Händler:innen aufgezwungen wurden – in einem offenen Brief an die Plantagenbesitzer:innen in der *Virginia Gazette* von 1771 wurde sogar die Lage der Pflanzer in zynischer Weise mit jener der von ihnen ausgebeuteten versklavten Menschen verquickt:

»In these times of liberty and patriotism I have expected to see the tyranny of the merchants opposed. […] We all know that we are slaves to the power of the merchants: For who can truly say he is free, when there is a fixed price set upon his tobacco, and the goods he purchases, at rates he does not like? Long custom makes that seem tolerable, which in reality is a great imposition […]. What a blind infatuated multitude must we be, to suffer those, who ought to be dependent on us, to become our masters?«[24]

Auch die späteren Revolutionäre Thomas Jefferson und George Washington waren in den 1760er und 1770er Jahren durchweg von angeblich unvorteilhaften Bedingungen, dieses Mal auf dem Kreditmarkt, also bei der Finanzierung der Aussaat und Ernte betroffen, die ihnen englische und schottische Händler boten. Deshalb klagten sie über grassierede Verschuldung, die über den gedrückten Preis der Tabakernte nicht abzubauen sei, und darüber, durch den Verkauf von unfreien Arbeitskräften die Verluste auffangen zu müssen. So erklärte Jefferson 1786 auf eine parlamentarische Anfrage zu den Schuldverhältnissen der Nordamerikanischen Kolonien hin, wo die zwei bis drei Millionen Pfund Sterling an Verschuldung Virginias gegenüber Großbritannien herrührten:

»This is to be ascribed to peculiarities in the tobacco trade. The advantages made by the British merchants on the tobaccoes consigned to them were so enormous that they spared no means of increasing those consignments. A powerful engine for this purpose was the giving good prices and credit to the planter, till they got him more immersed in debt than he could pay without selling his lands or slaves. They then reduced the prices given for

his tobacco so that let his shipments be ever so great, and his demand of necessaries ever so œconomical, they never permitted him to clear off his debt. These debts had become hereditary from father to son for many generations, so that the planters were a species of property annexed to certain mercantile houses in London«.[25]

Der Schuldenschnitt, den die Revolution den ehemaligen Kolonist:innen zumindest gegenüber Großbritannien einbrachte, ist eine weitgehend unbeobachtete Facette eines transatlantischen Marktgeschehens im Handel von unfreier Arbeit.[26] Aber in diesem Sinne ist die Geschichte der Amerikanischen Revolution auch eine Geschichte der Marktpraxis im Überseehandel von Tabak, dessen Kreditfinanzierung, aber vor allem auch derjenigen von unfreier Arbeit und Ausbeutung, die sich nach der Unabhängigkeit von Großbritannien fortsetzen sollte. Denn obwohl sich mit dem Verbot des transatlantischen Sklav:innenhandels 1808 und dem Produktwechsel zur Baumwollproduktion als vorherrschendem Rohstoff einiges verändert hatte, standen versklavte Menschen und ihre enteignete Arbeitskraft immer noch im Zentrum eines *racial capitalism*. Welche Erträge dieses System hervorbrachte, verdeutlichen die zynischen Bedenken von Alexander Baring, Chef des Bankhauses Baring Brothers, die dieser 1833 in einer Debatte über die Abschaffung der Sklaverei im Britischen Parlament vorbrachte. Baring brachte gegen die Abschaffung der Sklaverei, die er als »kostspielige Experimente in Humanität« betrachtete, eine drohende Verdreifachung des Zuckerpreises vor. Damit sei nicht nur eine Belastung der britischen Konsument:innen, sondern auch ein Rückgang des Handels und somit erhebliche staatliche Einnahmeausfälle durch den Rückgang von Zöllen und Abgaben verbunden, deren Kompensation wiederum neue Abgabenlasten für die Bevölkerung bedeutete:

»Pray, were they prepared to treble the price of sugar to the people of England? Was the country prepared to pay some 6,000,000 l. annually per annum, for the pleasure of performing costly experiments in humanity. [...] Was the Chancellor of the Exchequer prepared, in such a falling-off of the revenue, to make good the 6,000,000 l. a-year deficit, 3,000,000 l. falling-off of duty, and 3,000,000 l. the tax of increased price, by the imposition of new taxes; and yet he must do so if the scheme of Ministers passed into a law?«[27]

Ein Abgehen von der viel kritisierten Produktionsweise sei ohne dramatische ökonomische Einbußen für die Gesellschaft nicht möglich – eben diese Position verfocht auch die Witwe Foveaux in Köln, als sie ihre Tabakmühle verteidigte:

»Ich behaupte aber, und ein jeder der von Mühlenwerk kenntnuß besitzet, wird es mit mir bekräftigen, daß, ohne die Mühle, ein jeglicher Arbeiter, der jetz davon lebt, ohne Arbeit, und folglich ohne Verdienst seyn würde: denn all- das jenige, was durch die Mühle verfertiget wird, ist, ohne dieselbe, durch blose Handarbeit nicht zur Vollkommenheit zu bringen, wie der Augenschein einen jeden wisbegierigen am besten überführen kann«.[28]

Um auf ihrem spezifischen Absatzmarkt bestehen zu können, müsse die Mühle erhalten bleiben. Dabei bezog die Unternehmerin sowohl die Qualität des verfertigten Produkts wie auch die Produktionskosten in ihre Argumentation ein. Beides verlange von ihr, mit der Mühle zu produzieren. Dabei seien nicht allein ihr eigener Ertrag und der ihr zustehende Profit, den man ihr wegen ein wenig Krach und Bewegung nicht verwehren dürfe, sondern auch der Wohlstand der Gemeinschaft, also das Gemeinwohl, ohne Mühle in Gefahr:

»Beym Stillstand der Mühle, würde ich in die ehemalige Nothwendigkeit zurücktretten, alles, was jetz durch die Mühle zubereitet wird, nach Maynz und anderen orten, wo dergleichen Mühlen ihren ungehemmten Gang haben, zu versenden, somit den Nahrungsgewinn, der jetz hier in der Statt bleibet, nur auswärtigen zu Theil fallen zu lassen, wer wird also, in Erkenntnus solcher Umständen, die Wohlthat bestreiten dörfen, die jetz durch die Mühle den hiesigen Arbeitern zufleußt?«[29]

Sie müsse also die Produktionsweise beibehalten, sonst drohten ihre Nahrung bzw. ihr Nahrungsgewinn zu zerfallen. Andernfalls müsste sie den Standort an einen Ort verlegen, an dem Kaufleute nicht »unvernünftig« gezwungen wären, Handarbeit statt Mühlen einzusetzen, und wo sie nicht ihren eigenen Gewinn mit zehn anderen Unternehmer:innen teilen müsste:

»Wäre es auch, gesetzten Falls, eine Möglichkeit, die Würkung der Mühle, durch so viel mehrere Hände zu ersetzen, so schmeckt es doch nach Unvernunft, einen Kaufmann dahie zwänglich anhalten zu wollen, daß er eine Arbeit, welche er, unterm Vorschub der Mühle, mit zehn personen verrichten könnte, mit Hindansetzung der Mühle, durch zwanzig und mehrere Leuten bewerkstelligen, so fort den, ihm sonst eigene Gewinn /: welcher doch bey der Kaufmannschaft die lebhafteste Aufmunterung seyn muß :/ mit noch zehn andern theilen müste«.[30]

Der Weg zum Wohlstand der Witwe wurde von den Anwohner:innen jedoch auch nicht gänzlich in Frage gestellt. Stattdessen habe man sich bislang eben nicht beschwert, um ihren »Nutzen« nicht zu schmälern, entgegneten die Kläger:innen.[31] Foveaux wies wiederholt darauf hin, dass der eigene Gewinn, »welcher doch bey der Kaufmannschaft die lebhafteste Aufmunterun[g] seyn mus«,[32] auch der Stadt zugute käme. Sie sei also nicht nur eine reiche Kauf-

frau, sondern eben auch Wohltäterin, die dem Wachstum des Handels wohltue. Sie bemühte in ihren Verteidigungsschriften und Bittgesuchen immer wieder das Versprechen auf Wohlstand und Ansehen der Stadt. Ihre Drohung, den Standort zu wechseln und die Produktion ins Umland zu verlegen, was als Argument aus der Politischen Ökonomie der vergangenen Jahrzehnte auch nicht fremd sein dürfte, verlieh ihrer Position daher einen gewissen Nachdruck.[33] Ihre Vorgehensweise und Argumentationen wurden vom Kölner Handelsvorstand der unzünftigen und zünftigen Kaufleute unterstützt. In einer Denkschrift von 1798 heißt es:

»Ohne die Freiheit, die der Tabakhandel in hiesieger Stadt bisher genoßen, und woraus der größte Vortheil für die Nahrung und Beschäftigung so vieler Familien entsprungen, würden tausend Menschen vom schwachen Greise bis zum 4 jährigen Kinde, jetzt alle am Tabak arbeitend, dann die schon jetzt ungeheure Zahl unserer Bettler noch vermehren«.[34]

Die angesprochene Freiheit des Tabakhandels, die Freiheit der Produktion im Falle der Witwe Foveaux in Köln und die der Siedlerkolonist:innen in Nordamerika versprachen einigen Wohlstand. Dagegen stand die Unfreiheit vieler Generationen an entführten und über Generationen hinweg zum Anbau von Genussgütern gezwungenen Menschen, was Teil der Untersuchungen zum *racial capitalism* ist.[35] In den mit diesen Formen der Produktion verbundenen Konflikten wurde immer wieder mit den Zwängen, die von verschiedenen Märkten ausgehen würden, argumentiert, um die Ausbeutung unfreier Menschen, aber auch die Belastungen der Anwohner:innenschaft in Köln als legitimes wirtschaftliches Interesse zu begründen und zu verteidigen. Möglicherweise scheinen uns die Argumente, dass Märkte kaum hintergehbare Sachzwänge bergen würden, um Umweltbelastung und Ausbeutung legitimieren zu können, nicht gänzlich fremd, wenngleich die hier beschriebenen Auseinandersetzungen historisch anders geformt waren.

Muriel Gonzàlez Athenas / Felix Krämer



Prognostizieren

Wer am Markt Gewinne erzielen möchte und aufgrund der Unsicherheit äußerer Einflüsse Verluste riskiert, muss eine Vorstellung davon haben, wie sich Preise und Marktlagen entwickeln. Diese Prognosen basieren auf dem Identifizieren von Mustern verschiedenster Art, die zurückliegende Erfahrungen über die Gegenwart hinaus in die Zukunft fortführen.

Ein Auszug aus der Renteirechnung eines Adelsgutes im rheinländischen Crottorf, datiert auf den 5. Mai 1832, listet in Spalten unterteilt die Monatspreise für Gerste, Roggen, Buchweizen und Hafer auf.[1] Zugleich sind mit einem Rotstift die Maximalpreise im Kalenderjahr markiert, so etwa April für Gerste oder Juli für Roggen, Hafer und Buchweizen. Bei diesen Daten handelt es sich um die des Vorjahres, noch dazu beziehen sie sich auf den städtischen Getreidemarkt im über 60 Kilometer vom Schloss entfernt gelegenen Koblenz. Warum hob der Verfasser dieser Rechnung, der Gutsverwalter Hecker, die veralteten und noch dazu ortsfremden Preisdaten auf? Warum hielt er sie für sammlungs- und markierungswürdig?

Klar wird durch seine Markierung, dass er sich für die Preisspitzen interessierte. Da er im Rahmen seiner Tätigkeit unter anderem für die Vorbereitung, Organisation und Durchführung des Verkaufs der Getreideüberschüsse verantwortlich war, versuchte er vermutlich, aus diesen Zahlen den optimalen Verkaufszeitpunkt seiner Getreideüberschüsse abzuleiten. Wann sollte er wie viel Getreide zu welchem Preis verkaufen (→Preisbildung beeinflussen)? Die Annotationen des Dokuments legen nahe, dass er zukünftige Verkäufe auf Basis adaptiver Erwartungen plante. Ein wohlkalkulierter Verkauf der Getreidevorräte versprach, die Renteikassen gut zu füllen; Getreideverkäufe machten bis zu 50 Prozent der Jahreseingänge eines adeligen Betriebes aus.[2] Eine zu lange Lagerung des Getreides barg dagegen das Ri-

siko von Verlusten und Qualitätsverschlechterungen (→Konservieren).[3] Die Gutsverwalter wollten ihre Vorräte zum bestmöglichen Preis verkaufen und eine lange Getreidebevorratung vermeiden.[4] 1798 betonte der auf dem oben genannten rheinländischen Adelsgut Crottorf amtierende Verwalter Krake, dass nach seinem »Dafürhalten es die Pflicht eines jeden Renteyverwalters [sei], jedesmalen bei dem theuersten Preiß die Früchte los zu schlagen«.[5] Dies steht im Einklang mit den Ratschlägen aus der beim Landadel viel rezipierten Hausväterliteratur. 1682 schrieb Wolf Helmhardt von Hohberg in seiner Schrift *Georgica Curiosa* in Bezug auf den Getreideverkauf: »Wo grosse Trayd=Einkunfften sind / und das meiste aus dem Korn und Früchten zu erheben / muß man Erstlich mit desto grössern Fleiß solche gerecht und schön erhalten; Zum anderen / die rechte Zeit darzu erwehlen/ wann es am meisten gilt / und am gelegnesten zu verführen«.[6]

Doch wie lässt sich dieser ideale Zeitpunkt praktisch festlegen? Hecker leitete aus den Preisen vergangener Jahre seine Prognose zukünftiger Preisentwicklung ab. Er sammelte historische Daten bis in die zeitgenössische Gegenwart hinein und identifizierte darin ein Muster, das er in die nahe Zukunft fortführen konnte.

Ähnlich ging ein halbes Jahrhundert vor dem Crottorfer Gutsverwalter auch der Einbecker Bürgermeister und Agrarökonom Johann Friedrich Unger vor. Als Antwort auf die Frage, was man über künftige Getreidepreise bereits heute sagen könne, publizierte er 1752 die 300 Seiten starke Studie *Von der Ordnung der Fruchtpreise*.[7] Die Motivation Ungers für die Beschäftigung mit den Getreidepreisen bestand darin, eine von den äußeren Umständen möglichst abstrahierte Sicht auf die Fruchtpreise und ihre Dynamiken zu entwickeln. Aufbauend auf einer umfangreichen Recherche der Getreidepreise der letzten 100 Jahre im Raum Hannover – im Anhang des Buches in Tabellen aufgelistet –, versuchte Unger Regelmäßigkeiten in der Preisentwicklung zu bestimmen. Außerdem enthält das Werk ein längeres Kapitel über den Vergleich aktueller Kornpreise mit denjenigen aus den letzten Jahrhunderten und – für seine Leser:innen sicher sehr relevant – eine Prognose zukünftiger Preise.[8]

Gutsverwalter Heckers Tabellenmarkierungen und Ungers Preisentwicklungsmodell zeigen eine, wenn auch nicht die einzige Möglichkeit, Preise im langen 18. Jahrhundert zu prognostizieren: das Erkennen und Fortschreiben statistischer Muster in Daten. Grundvoraussetzung von Ungers Kalkulation war der Glaube an eine allumfassende Regelmäßigkeit in Gestalt einer göttlichen Providenz: »Gleichwie in vorherigen Zeiten den

Fruchtpreisen gewisse Schranken angewiesen worden: so können wir auch der göttlichen Providenz sicher zutrauen, daß solche sich künftig ebenfalls nach gewissen Gesetzen ereignen werden«.[9] Seine darauf aufbauenden Berechnungen folgten der Annahme, dass innerjährliche Preisentwicklungen immer einem ähnlichen Muster folgen: Um dies zu belegen, errechnete er die Veränderungen der Monatspreise gegenüber denjenigen der Vormonate und ermittelte eine Regelmäßigkeit der jahreszeitlichen Schwankungen der Getreidepreise an unterschiedlichen Orten im Zeitraum zwischen 1648 bis 1748. Zugleich beobachtete Unger einen säkularen Trend des Anstiegs der Getreidepreise. Er berechnete Durchschnittspreise für jeweils fünf Jahre und verglich die relativen Unterschiede zwischen den Jahrfünften. Unger ging es mit seinen Prognosen somit nicht nur um die konkrete Planung eines konkreten Verkaufsereignisses.

Während der Gutsverwalter Hecker an den zu erwartenden Preisen des nach dem Sommer anstehenden Getreideverkaufs interessiert war, spielen für Unger langfristige Trends der Preisentwicklung eine zentrale Rolle. Hecker berechnete anhand der städtischen Maximalstände, wann ein Verkauf am Schlosstor versprach, rentabel zu sein, und wann nicht. So bildete er eine Heuristik, die beispielsweise besagt, dass erfahrungsgemäß Roggenpreise im Juli attraktiv für einen Verkauf seien. Ungers weit umfassendere Preisstudie zeigte in seiner Prognose für die Preise von Roggen, Hafer und Gerste der letzten 50 Jahre ebenfalls solche Regelmäßigkeiten auf – etwa dass die Preise für Roggen im August am niedrigsten und im Mai am höchsten seien oder für Hafer und Gerste im September am niedrigsten und im Juli am höchsten.[10] Aus der Häufigkeit der Höchst- und Tiefstpreise für Getreide leitete er Aussagen über die Wahrscheinlichkeit ihrer Wiederholung ab:

»(1) Je öfter ein hoher Preis vorgekommen, desto grösser ist die Wahrscheinlichkeit seiner Wiederkunft. (2) Je länger ein solcher Preis ausgeblieben, desto eher ist eine Wiederkunft zu vermuten. (3) Je öfter ein niedriger Preis vorgefallen, desto stärker ist zwar die Wahrscheinlichkeit seiner Wiederkunft. Aber (4) Je länger ein solcher Preis ausgeblieben, desto geringer ist die Hofnung seiner Wiedererscheinung«.[11]

Es ist jedoch keinesfalls als Widerspruch anzusehen, dass das längere Ausbleiben bereits erlebter Tiefstpreise darauf verweist, dass es immer unwahrscheinlicher wird, sie nochmals zu erleben (4), dagegen ein längeres Ausbleiben bereits erlebter *Höchst*preise umgekehrt bedeutet, dass diese umso wahrscheinlicher werden (2). Es verweist vielmehr auf Ungers Annahme, dass es einen linearen Trend zu höheren Getreidepreisen gibt, man also die

alten Tiefstpreise hinter sich lässt und auf immer neue Höchstpreise zusteuert.

Unger plausibilisiert die Höchst- und Niedrigpreise zwar im Hinblick auf die dahinterstehenden Logiken, für den prognostischen Wert der Analyse ist das aber unerheblich: Welche Ursache hinter Getreidehöchst- und Tiefstständen zu gewissen Zeiten liegt, ist für jemanden, der optimale Kauf- oder Verkaufszeitpunkte zu bestimmen versucht, nicht relevant, da generelle Regeln von diesen nicht vorhersehbaren Ereignissen abstrahieren müssen. Umgekehrt ist es aber ebenso möglich, Preismuster nicht nur aus historischer Erfahrung abzuleiten, sondern aus Hypothesen über die ihnen zugrunde liegenden Ursachen: Ökonomische Gesetzmäßigkeiten kann man zum Beispiel auch auf deduktivem Weg gewinnen, eben aus bestimmten Annahmen ableiten. Wenn man Preismuster (oder ähnliche marktbezogene Informationen) auf direktem Wege nicht bestimmen kann, weder empirisch-induktiv noch theoretisch-deduktiv, so kann schließlich noch nach Indikatoren gesucht werden, welche solche künftigen Entwicklungen anzuzeigen scheinen.

Eine den Rationalitäten der Zeit folgende Prognosepraktik der letztgenannten Art ist die Planung von Verkäufen auf Basis von astronomischem und astrologischem Wissen. Die Deutung von Himmelserscheinungen ist ein Mittel, um mit zukünftigen Ungewissheiten umzugehen. Sie ist besonders für das 16. und 17. Jahrhundert greifbar, etwa im Metall- und Gewürzhandel. Hier waren Preise aufgrund der vielen Risiken und Unsicherheiten in Bezug auf Verfügbarkeit, Gewinnung und Transport großen Schwankungen unterlegen. So etwa erbat der Augsburger Kaufmann Hans Rosenberger in einem Briefwechsel aus den 1550er Jahren astrologische Gutachten von Nostradamus, um die zu erwartende Ausbeute aus den Tiroler Bergwerken zu prognostizieren, an denen er beteiligt war.[12] Für die zahlreichen Investoren (Gewerken) in Nürnberg, Augsburg und den nahegelegenen Bergbauregionen bot die astrologische Prognose eine Möglichkeit, fehlendes Marktwissen zu kompensieren. Da eine persönliche Inaugenscheinnahme der Gruben aufgrund der Distanz oft nicht möglich und wegen mangelnden Fachkenntnissen auch nicht zielführend war, wurden die astrologischen Berechnungen als probates Mittel für die Planung zukünftiger Investments genutzt sowie für die Kalkulation eines idealen Kauf- und Verkaufszeitpunktes von Bergbauanteilen (Kuxe) in näherer oder entfernterer Zukunft.

Die Prognose zukünftiger Marktlagen durch das Mittel der Astrologie setzte vergangene und gegenwärtige Ereignisse und Handlungen in Beziehung zu kosmologischen Konstellationen. Die Prognosen gaben den Zeitgenoss:innen dabei auch Aufschluss darüber, wie sich kosmologische Konstellationen auf Körper, Handlungen und Beziehungen auswirken, was wiederum konkrete Konsequenzen für Kauf- und Preisentscheidungen haben konnte.

Innerhalb des astrologischen Schrifttums, das sich zwischen dem 16. und 18. Jahrhundert in Form von kostengünstigen Drucken wie Schreibkalendern, Almanachen, Prognostiken (*prognostica astrologica*) und Praktiken (*practica*) eines sehr großen Absatzes erfreute, etablierten sich auch Kalender für spezifische Berufsgruppen.[13] Die auf die Montanregionen ausgerichteten Berg-Prognostiken konnten bis zu 50 Seiten umfassen. Sie vermittelten Informationen und Prognosen für wirtschaftliche Aktivitäten, in denen es um viel Geld und wegen der Wertschwankungen des Metalls und der bergbaulichen Risiken auch um sorgfältig abzuwägende Risiken ging.

In diesen Publikationen erfuhren Bergleute und Gewerke, auf welche Metalle an einem bestimmten Tag oder in bestimmten Zeiträumen »gebaut« werden sollte. ›Bauen‹ bedeutete im bergmännischen Jargon, sowohl Bergbau technisch zu betreiben als auch in den Bergbau in Form von Kuxen zu investieren. So unterrichtet der Pfarrer und Kalendermacher Georg Kreslin seine Leser:innen in seiner 1597 in Nürnberg gedruckten *Bergk-Practica oder Prognosticon des Bergkwerck bawens*, welche Metalle und welche Metallverbindungen in den Quartalen »einen guten und glücklichen Bestand haben« und »ihren Segen reichlich mitbringen«[14] oder aber – wie Gold und Silber im Quartal Luciae – »keinen bestand noch fortgang« haben und die »Unkosten schwerlich tragen«.[15] Er ordnete seine astrologischen Prognosen nach den vier Bergbauquartalen – Luciae, Reminiscere, Trinitatis und Cruci – und nicht nach Monaten oder Jahreszeiten. Dies unterstreicht die Nähe der *Bergk-Praktica* zum Kuxhandel, denn die investitionsrelevanten Bergrechnungen wurden in den Bergbaugebieten vierteljährlich abgelegt. Die Gewerke erhielten basierend auf diesen Rechnungen ihre Ausbeute (Gewinnausschüttung profitabler Gruben) und mussten auch ihre Zubuße (vierteljährliche Zahlung an denjenigen, der die Grube unterhielt) entrichten.

Astrologische Konstellationen spielen auch für die Vorhersage der Preisentwicklung von Luxusgütern im Fernhandel eine wichtige Rolle. Die Korrespondenz zwischen dem Nürnberger Kaufmann Lienhard Tucher und

seinem Faktor in Antwerpen, Christof Kurtz, aus den 1540er Jahren enthält astrologische Kalkulationen, welche die Preisentwicklung von Gewürzen (vor allem Pfeffer, Nelken und Safran) an der Lyoner Messe prognostizierten. Kurtz errechnete für Tucher eine astrologische Regel für den Gewürzhandel, mit der er das Steigen und Fallen der Preise 14 Tage im Voraus berechnen zu können behauptete.[16] Am 13. Januar 1544 informierte Kurtz Tucher beispielsweise, dass die Nelken in Kürze guten Gewinn brächten, und am 9. März desselben Jahres verkündete Kurtz seine Freude darüber, dass Tucher im Safrangeschäft mit Erfolg seinem Rat gefolgt sei.[17]

Kurz bekräftigte die Richtigkeit seiner Prognosen damit, dass die »obern Influenz« der Planeten und Sterne durch »effecten oder begirden« die menschlichen Handlungen beeinflusse.[18] Diese Wirkungen und Effekte ließen sich durch die Astronomie berechnen und somit Entwicklungen voraussehen. Grundlage seiner Berechnungen waren etwa eigens für Tucher angefertigte Horoskope auf den französischen König Franz I., auf Philipp II. von Spanien sowie auf das Papsttum. Der Blick auf die Stern- und Planetenkonstellationen allein reichte aber nicht aus, um zuverlässige Prognosen zu erstellen. Praktisch einsetzbar wurden die astrologischen Berechnungen nur durch die Kombination mit konkreten Marktbeobachtungen. Aus diesem Grund floss einerseits die Beobachtung aktueller und vergangener Entwicklungen im Wechselgeschäft in Lyon, Antwerpen, Frankfurt am Main und Venedig in Kurtz' Prognosen mit ein.[19] Andererseits müssen, wie Kurtz schreibt, mit »Langer Handt« die »constellation« und »effecten« der Vergangenheit aus den »Historien« zusammengetragen werden.[20] Kurtz' Prognosen fußten also auf einem Muster, das die in den Sternen erblickten Konstellationen mit den in den Preisen und Kursen zu findenden Muster korrelierte. Nur so konnte er Sternenkonstellationen als Indikatoren zur Bestimmung des idealen Zeitpunktes oder als Mittel zur Prognose längerfristiger Kauf- und Verkaufsstrategien nutzen.

Obgleich Unger von einem Blick in die Sterne absah, setzte auch er seine aus historischen und gegenwärtigen Getreidepreisdaten errechneten Muster der Preisentwicklung mit anderen Daten aus Vergangenheit und Gegenwart in Beziehung. Getreidepreise standen für Unger nicht für sich, sondern in Interdependenz mit anderen Preisen für Waren, Löhne oder Boden. Als Mittel zur Beobachtung und Untersuchung dieser Korrelationen nennt er die Erfahrung, »das Zeugniß verschiedener Schriftsteller« und den wechselseitigen »Einfluss der Kornpreise in andere Dinge, und dieser hinwiederum in die Kornpreise«.[21] Sowohl in die Preisentwicklungsprognosen von Kurtz als

auch in diejenigen von Unger flossen historische Daten und persönliche wie überlieferte Erfahrungen ein. Die zukünftige Preisentwicklung wird dabei durch äußere Kräfte gerahmt: Wird bei Unger eine durch göttliche Providenz angelegte Ordnung und Regelmäßigkeit alles Irdischen vorausgesetzt, so lässt sich bei den astrologischen Berechnungen ebenfalls eine Ordnungskraft in der von Gott angelegten Korrelation von Mikro- und Makrokosmos festmachen, der die Handlungslogiken und Beziehungsgefüge strukturiert.

Die vielfältigen Beziehungsketten und Korrelationen zwischen Mikro- und Makrokosmos, die durch Astrologie sicht- und prognostizierbar gemacht wurden, brachen im 18. Jahrhundert allmählich auseinander. Astrologie wurde zunehmend als abergläubisch und den neuen astronomischen Erkenntnissen widersprechend kritisiert. Informationen über Mondzyklen oder astro-medizinische und astro-ökonomische Informationen über den rechten Zeitpunkt zum Aderlassen, Purgieren, Getreide säen oder Holzhacken blieben jedoch noch lange ein fester Bestandteil gedruckter Kalender. Das äußerst populäre Medium wurde in hohen Auflagen für ein breites Publikum produziert, und die vielen Annotationen in überlieferten Exemplaren deuten auf eine rege Nutzung der kalendarischen Informationen hin. Johann Heinrich Zedler bemerkte kritisch, dass die Kalender gerade wegen dieser Informationen von der breiten Bevölkerung geschätzt werden:

> »Allein, weil der gemeine Mann aus Aberglauben keinen solchen Calender kauffen will, darinnen die Wetter-Prophezeyungen weggelassen sind, so ist man genöthiget worden, diese üble Gewohnheit beyzubehalten. Und eben dieses ist auch von dem Raisonnement über Krieg und Frieden, Fruchtbarkeit des Jahres, Kranckheiten, guten Aderlassen und so ferner zu mercken«.[22]

Während die Prognosen des Crottorfer Gutsverwalters Hecker oder des Christof Kurtz für den Kaufmann Lienhard Tucher ihre Wirkung vor allem dadurch entfalteten, dass sie als Wissensvorsprung nur durch den jeweiligen Marktteilnehmer genutzt wurden, machen die gedruckten Publikationen im Gegenteil Zukunftswissen bzw. die Möglichkeiten seiner Gewinnung öffentlich. Ungers *Ordnung der Fruchtpreise* ist vor allem als Beitrag zu einem politökonomischen Diskurs über einen umsichtigen gesellschaftlichen Umgang mit Unsicherheit zu verstehen. Die Kalender wiederum dienten der individuellen Nutzung eines sehr breiten Kreises von Adressat:innen, die nicht so sehr den Wissensvorsprung und Konkurrenzvorteil suchten, sondern ganz allgemein Zukunft greifbarer, handhabbarer zu machen suchten. Die in den Kalender abgedruckten Zukunftshorizonte erscheinen

als ein Angebot, das für individuelle Handlungsentscheidungen gebraucht werden konnte. Und darüber wurden diese Zukunftshorizonte – und somit Zukunftswissen und Wissen um den Umgang mit Zukunft – selbst zu einer auf Märkten gehandelten Ware.

Das Bedürfnis, Markthandeln zu planen und Preisentwicklungen vorhersagen zu können, war vielgestaltig, verbreitet und brachte ganz unterschiedliche Arten und Weisen der Prognose hervor. Während es den einen darum ging, die zu erwartenden Preise künftiger Getreideverkäufe oder die Gewinnausschüttung im Bergbau abzuschätzen, waren andere an langfristigen Trends interessiert. Konkrete Preis- und Ereignisvorhersagen finden sich in den Quellen ebenso wie Aussagen zur Wahrscheinlichkeit. Im Medium der gedruckten Kalender waren die Prognosen nicht länger einem Expertenpublikum vorbehalten. Unterschiedliche Zukunftshorizonte wurden selbst zu einer Ware, die individuell konsumiert werden konnten.

Tina Asmussen / Friederike Scholten-Buschhoff



Reibereien vorbeugen

Eine Markttransaktion anzubahnen, hinreichend spezifisch zu verabreden und abzuschließen ist kompliziert. Was so alles schiefgehen kann! Auf Märkten werden daher Regeln und Normen formuliert sowie Akteur:innen eingesetzt, die als unparteiische »sichtbare Hand« das Konfliktpotential von Transaktionen reduzieren sollen.

Der Nürnberger Sensal Sebastian Ludwig protokollierte am 2. August 1773 die Begutachtung von vier Sendungen mit insgesamt acht Laiben Parmesan, die laut Rechnung am 30. März 1773 abgeschickt und in Nürnberg in drei Lieferungen am 30. April, 28. Mai und am 8. Juni eingetroffen waren. Vertreter des Empfängers, der Firma Franz Hofer & Comp., machten geltend, dass sie laut ihres Kopierbuchs am 4. März die schwersten Formen des Käses bestellt und nur zwei Laibe von großer Form und sechs mittlere und kleine mit sehr tiefen und breiten Rissen erhalten hätten. Dies sei kein Mai-, sondern ein Herbst-Käse, den sie zu keinem Preis akzeptieren könnten oder wollten, da dieser nicht nach Vorschrift ausgefallen sei (→Form finden). Bei seiner Überprüfung kam der Sensal jedoch zu dem Ergebnis und attestierte, dass der Käse nach der inneren Güte und dem Geschmack nicht zu beanstanden und daher durchaus einen Preis würdig sei.[1]

Im Abgleich von bestellter und tatsächlich gelieferter Ware lag ein großes Konfliktpotenzial, das man auf Großhandelsmärkten auf verschiedene Weise zu adressieren suchte. Ein erster Aspekt hierbei ist, wieweit und wie genau eine Bestellung bindend war – so entsprach die Käselieferung tatsächlich nicht exakt der Bestellung der Firma Hofer, denn sie bestand etwa nicht durchgehend aus der schwersten Form des Käses. Zugleich wich die Lieferung aber offenbar nicht so weit von der Bestellung ab, dass sie der Käufer einfach zurückweisen konnte – der Käse war nach dem Urteil des städtischen Maklers von der nötigen Qualität und hatte also durchaus Wert, so

dass die Firma Hofer einen fairen Preis dafür zu zahlen hatte. Der Sensal fällte sein Urteil eher zugunsten der auswärtigen als der einheimischen Partei – ein Indiz, dass er, entsprechend seiner Verpflichtung als städtischer Makler, unparteilich handelte. Ludwigs Urteil, das er betontermaßen »nach meinem aufhabenden Amtes Pflichten hiemit schuldigst zu attestiren« habe, schuf eine Faktengrundlage, auf der sich die Firma Hofer und ihr Lieferant Martel Leonardi aus Mailand auseinanderzusetzen hatten.

Die Begutachtung von Reklamationen war nur eine der Tätigkeiten, die den Nürnberger Maklern aufgetragen waren.[2] Das Amt der Unterkäufer oder Sensalen, wie Makler im Süddeutschen häufig bezeichnet wurden, war in vielen deutschen Handelsstädten üblich. Es wurde in Nürnberg, einem Zentrum der Warenproduktion und Warenmärkte, im späten Mittelalter eingerichtet und lässt sich seit dem 15. Jahrhundert nachweisen. Den dortigen Ordnungen für städtische Makler aus dem 16. Jahrhundert lässt sich entnehmen, dass ihre Aufgabe im »Unterkauf« bestand, also der Vermittlung von Geschäften. Ausführlichere Beschreibungen der Aufgaben sind in den Ordnungen nicht enthalten, dafür aber, wie sie ihr Amt wahrzunehmen hatten: Sie sollten keinerlei persönlichen Vorteil oder Nutzen verfolgen und weder Teilhaber noch Miteigentümer bei denjenigen sein, mit deren Geschäften sie befasst waren. Gefährliche oder unredliche Geschäfte sollten sie, wenn sie davon erführen, verhindern, ebenso sollten sie wucherischen Zins nicht unterstützen. Für den Fall von Verstößen gegen diese Regeln wurden ihnen Strafen angedroht.[3]

Im Lauf der Frühen Neuzeit wurden die Ordnungen revidiert und in einigen Punkten hinsichtlich der erwarteten Tätigkeiten etwas ausführlicher. Im 17. Jahrhundert wurde den Maklern aufgetragen, über sämtliche geschlossenen Wechsel Protokoll zu führen, um bei Konflikten zuverlässige Unterlagen zu haben. Sie waren auch verpflichtet, darauf zu achten, dass beim Schließen und Bezahlen von Wechseln die Wechselordnung genau eingehalten und die Zahlungen wie vorgeschrieben über das städtische Banco-Amt, einer 1621 eingerichteten städtischen Bank zur Abwicklung des Zahlungsverkehrs im Großhandel, abgewickelt wurden. Ihre Unterlagen sollten die Makler jederzeit den Verordneten des Banco-Amts auf deren Verlangen vorlegen. Die Makler hatten außerdem monatlich die Preise für einen umfangreichen Katalog der in Nürnberg gehandelten Waren festzustellen und einzureichen. Auf dieser Grundlage wurden die Preis-Couranten erstellt.

Erst 1677 wurden die Aufgaben anschaulicher dargestellt:[4] Neben der Redlichkeit und Unabhängigkeit wurde nun eigens betont, dass die Unter-

käufer ihr Amt fleißig zu versehen hatten. Allen, Fremden wie Einheimischen, die Handelswaren verkaufen, kaufen oder gegen andere tauschen wollten, sollten sie auf deren Wunsch hin treu zur Hand gehen. Dazu waren sie gehalten, bei Käufer:innen wie Verkäufer:innen den Zustand der Warenqualität und des Preises sowie Zeiträume der Lieferung und der Zahlung genau zu beachten und diese beiden Parteien korrekt mitzuteilen. Ihre Geschäftsabschlüsse mussten die Makler in ordentliche Amtsbücher richtig und klar eintragen, um diese Informationen bei Konfliktfällen heranziehen zu können. Als Gebühr war von Verkäufer:innen und Käufer:innen jeweils ein halbes Prozent des vereinbarten Preises zu entrichten. Den Maklern war untersagt, dabei zu helfen, falsche, betrügerische, faule oder verdorbene Ware als gerechtes Kaufmannsgut zu verkaufen; sie hatten in solchen Fällen den hintergangenen Käufer:innen zu helfen, angemessenen Schadensersatz zu erhalten. Sie sollten sich jeglicher Geld- und Wechselgeschäfte enthalten, da hierfür eigene Markt-Unterkäufer bestellt worden seien. Die Vermittlung von Wechselgeschäften hatte sich damit von derjenigen des Warenhandels gelöst und als eigenes Geschäftsfeld verselbständigt. Abschließend wurden die Unterkäufer wiederum aufgefordert, gefährliche oder unredliche Geschäfte und übermäßigen Wucher, die den Handelsplatz und die Handelsgeschäfte schädigen könnten, den Deputierten des Banco-Amts wie den Marktvorgehern, also den Organen der städtischen Marktaufsicht, anzuzeigen. Im frühen 18. Jahrhundert mussten sie wegen vermuteter häufiger Hinterziehung von Zöllen sämtliche Geschäfte, die sie zwischen Fremden oder Unbürger:innen, also Einwohner:innen der Stadt ohne formelles Bürgerrecht, abschlossen, insbesondere wenn Juden beteiligt waren, sofort dem Zoll- und Waagamt melden.[5] Das Makeln zwischen Juden sowie zwischen Fuhrleuten wurde den Maklern ausdrücklich verboten. Weiterhin wurden sie angewiesen, »sich alle werck-tage auf dem Handels Plaz in eigener Person, und ohne daß er sich durch jemand anders, außer dem Nothfall einer Leibes Schwachheit vertretten lasse, einzufinden«.[6]

Zu den »Nöthige[n] Eigenschafften eines Sensals« vermerkte eine interne Stellungnahme von unbekannter Hand, die vermutlich aus dem 18. Jahrhundert stammt, dass diejenigen, die das Amt begehren würden, vorher prüfen sollten, ob sie es auch gebührend ausüben könnten, da das Amt täglich mit ständigem Herumlaufen verbunden sei: »So erfordert es auch einen solchen Menschen der noch nicht gar zu alt, und auch von Guter, Gesunder Leibes Constitution ist«. Zudem müsse man reine Vernunft und guten Verstand haben, um sich jedes Mal die Zeit zu nehmen und sich unter Leute begeben zu

können. Ein geduldiges und gelassenes Naturell sei nötig, weil der Sensal öfter den halben Tag vergeblich laufen und drei bis vier Mal in einer Schreibstube vorbeikommen müsse, bis es ihm gelinge, einen Wechsel zu schließen. Schläfrige und verdrießliche Gemüter wären daher untauglich. Sie müssten erfahren im Rechnen und Schreiben sein, damit sie ihre Abschlüsse rechnen und ordentlich in die Bücher eintragen und sich, wenn notwendig, legitimieren könnten.[7] Die Sensalen waren demzufolge nicht nur auf dem Herren-Markt, jenem Teil des Marktplatzes, auf dem die Großkaufleute ihre Geschäfte abschlossen, während der Geschäftszeiten tätig, sondern auch in den Kontoren der Stadt unterwegs, um Geschäftsabschlüsse zu vermitteln.

Die Bemerkungen über die notwendige gute körperliche Verfassung waren nicht unbegründet, denn in den Akten finden sich wiederholt Hinweise, dass Makler wegen Alter, Krankheit oder Gebrechen ihr Amt nicht ausreichend ausüben konnten. Es waren drei bis fünf Makler gleichzeitig beschäftigt, wobei die Aufteilung zwischen Waren- und Wechselsensalen lange nicht immer ganz eindeutig ist. Während in einigen Akten über mangelnde Kapazitäten seitens der Makler geklagt wird, erwecken die Abrechnungen einiger Amtsinhaber aus dem späten 18. Jahrhundert den Eindruck, dass diese nicht übermäßig ausgelastet waren. Die Ämter waren sehr begehrt, und es liegen Bewerbungen wie auch interne Bewertungen der Bewerber in den Akten vor. Viele der Bewerber kamen aus dem Handel, waren Kaufleute, die mit ihrem Eigenhandel gescheitert waren, oder Handlungsdiener. Bei Neubesetzungen wurden die Qualifikationen anscheinend sorgfältig abgewogen und gaben den Ausschlag bei der Einstellung, wobei einige der Makler vor der Übernahme des Amtes bereits als Adjunkten den Amtsinhabern assistiert hatten.[8] Zur Absicherung der Risiken ihres Amts mussten die Sensalen bei der Vereidigung eine Kaution von 1.500 Gulden hinterlegen und hypothekarisch mit ihrem gesamten Vermögen haften. Zudem waren zwei Bürgen zu stellen, die mit Beträgen bis zu 1.500 Gulden Schadensersatz leisten sollten, den ihnen der Sensal zu erstatten hatte.[9] Die Ratsherren und die Marktvorgeher sollten so anstelle der gesamten Kaufleute der Stadt im Falle eines Schadens oder des Ausscheidens des Sensals verbürgt und versichert sein. Die Bürgen kamen überwiegend aus der Kaufmannschaft, so dass die Kaufleute auf diese Weise das Amt mittrugen. Es ist kein Fall bekannt, in dem die Kaution fällig wurde. Die Sensalen blieben teilweise Jahrzehnte im Amt. Beschwerden über unkorrekte Amtsführung der Sensalen sind nicht überliefert, nur in einem Fall gab es 1763 Beschwerden wegen möglicher Unregelmäßigkeiten in

zwei Fällen, nachdem der Makler das Amt nach rund 20 Jahren im Dienst bereits aufgegeben hatte.[10]

Mit der zunehmenden Verflechtung des europäischen Handels waren Informationen über die aktuellen Preise wichtiger Handelsgüter seit dem späten 16. Jahrhundert zunehmend von Interesse. Die Ermittlung dieser Preise gehörte ebenfalls zu den Aufgaben der städtischen Makler, die sie anfangs wöchentlich erhoben. Allerdings wurden in den gedruckten Listen nie die Preise für sämtliche Waren eingetragen. Vermutlich wurden nicht alle Waren immer oder in ausreichender Menge gehandelt. In den späten 1620er Jahren sahen die Listen die Erhebung der Preise für ein breites Spektrum von 435 verschiedenen Waren vor, um 1640 waren es, wohl bedingt durch die Auswirkungen des Dreißigjährigen Kriegs, nur noch 279 Arten von Waren. Aus dem 18. Jahrhundert finden sich Listen mit 158 und 182 Waren.[11]

Zu dieser Zeit sollten die Unterkäufer den Marktvorstehern die Preiszettel am Montag bzw. am ersten Werktag der Woche übergeben. Sie sollten diese jedoch nicht selbst ins Ausland, also über die Stadtgrenze hinaus, senden oder mit Fremden, gleich ob diese in der Nähe oder weit entfernt wohnen würden, über die Preise korrespondieren. Falls ihnen mögliche Handelsstörungen an anderen Orten auffielen, sollten sie dies den Marktvorstehern geheim anzeigen.[12]

Es wurden nicht nur die marktüblichen Preise für Waren aufgezeichnet. In der anonymen Stellungnahme zur Tätigkeit der Sensalen aus dem 18. Jahrhundert wird das Verfahren zur Ermittlung von Preisen im Wechselhandel als Aufgabenstellung genauer dargestellt (→Verbriefen).[13] Die Sensale sollten zwischen beiden Parteien stehen und bei abweichenden Preisen einen Mittelwert finden. Als Beispiel wird der Geber eines venezianischen Wechsels genannt, der 145 Gulden geben wollte; der Nehmer bestand jedoch darauf, 146 Gulden zu erhalten. Der Sensal solle nun seinen Fleiß darauf verwenden, auf das Mittel zu kommen, und etwa bei 145 ¼ oder ½ oder ¾ abschließen. Je nachdem, ob viel oder wenig Geld auf dem Platz vorhanden sei, müsse der Sensal entsprechend reagieren. Wenn viel Geld vorhanden sei, sich also mehr Geber als Nehmer zeigten, sollte der Sensal den Geber ermahnen und ihm zureden, dass er nicht den allerniedrigsten Preis ansetzen solle, damit nicht andere zum Zuge kommen und er dann mit seinem Geld nicht mehr unterkommen könne. Umgekehrt sollte der Sensal, wenn sich wenig Geber oder Geld auf dem Markt zeigen, die Nehmer erinnern, dass diese nicht zu hartnäckig auf ihrer Meinung beharren und ihnen dadurch die Gelegenheit eines Abschlusses entginge. Es käme häufiger vor,

dass zur Marktzeit viel Geld (»largo«) vorhanden sei und man zu einem Preis von 147 Gulden abschließen würde. Kurz darauf würden sich dann viele Nehmer finden und sich Geld und Geber verlieren, so dass die Wechsel nur noch bei 146 Gulden oder noch niedriger stehen würden. Der Mangel an Geld und die Vielzahl der Nehmer wie auch die Fülle des Geldes und der Mangel an Nehmern würden den Kurs steigen und fallen lassen, ebenso wie auf anderen Handelsplätzen. Daher müsse sich der Sensal regelmäßig bei entsprechenden Stellen nach den Wechselkursen der auswärtigen Plätze erkundigen, die sich normalerweise alle acht bis 14 Tage ändern würden, damit er seinen Kurszettel jede Woche notieren und denjenigen, die ihn benötigten, zur Verfügung stellen könne.

Diesen Ausführungen zufolge bestanden die Aufgaben der Sensalen darin, zwischen den Kaufleuten hinsichtlich der Preisbildung dahingehend zu vermitteln, dass sie tatsächlich zu einem Abschluss kamen und dieser sich im Korridor der jeweils aktuellen Marktpreise bewegte. Zugleich waren die Sensale gehalten, die Kurse auswärtiger Märkte zu ermitteln und zur Verfügung zu stellen. Um passende Geschäftspartner zu finden, mussten die Makler die Kontore der Kaufleute aufsuchen und mit ihnen verhandeln. Für den Fall eines Abschlusses wird auch hier die Pflicht zur Buchhaltung erwähnt, um im Streitfall auf Dokumentationen der Geschäfte zurückgreifen zu können. Die Makler übernahmen damit die wichtige Aufgabe, die Teilnehmer des Marktes zusammenzubringen, der dadurch überhaupt erst konstituiert wurde. Es bestand in Nürnberg jedoch keine Pflicht, die Dienste eines Sensalen in Anspruch zu nehmen: Kenner der am jeweiligen Markt aktiven Akteure konnten ihre Geschäfte selbständig vereinbaren. Die Sensale waren ein Angebot für diejenigen Fälle, in denen Kaufleute von sich aus keine passenden Geschäftspartner fanden oder der Aufwand, diese persönlich zu suchen, für sie zu groß gewesen wäre. Die städtischen Sensale waren auch die einzigen, denen diese Vermittlungstätigkeit gestattet war. Informellen Maklern wie Gastwirt:innen, deren Knechten und Mägden oder Fuhrleuten wurde insbesondere im 18. Jahrhundert das Makeln per gedruckter Ratsdekrete verboten.[14]

Die Nürnberger Sensale nahmen vielfältige Aufgaben wahr, um Geschäfte gelingen zu lassen. Wie das Beispiel des reklamierten Käses zeigt, nahmen die Makler auch bestimmte Aufgaben wahr, wenn der Abschluß von Geschäften durch Konflikte fraglich wurde. Über die Tätigkeit der Makler hinaus stellte die Stadt Nürnberg einen organisatorischen Rahmen zur Regulierung von Konflikten bereit. Um die ordentlichen Stadtgerichte von langwie-

rigen und schwierigen Handelssachen zu entlasten, überwies der Rat ab 1622 sämtliche entsprechenden Konflikte an das neu gegründete Banco-Amt.[15] Dieses Amt war mit zwei Herren des Rates, den Banco-Deputierten, also den Vertretern des Rates in der Bank, zwei Juristen aus den Reihen der Konsulenten, also den Rechtsberatern des Rates, und den vier Marktvorstehern, die aus der Kaufmannschaft kamen, besetzt. Die Juristen sollten dabei die anderen Mitglieder beraten und ihre Entscheidungen überprüfen, das Verfahren jedoch nicht beherrschen, denn die Verfahren waren auf zügige Durchführung angelegt und sollten aus der guten kaufmännischen Praxis – juristisch in Absetzung vom formalen Recht als »Stylo Mercantili« bezeichnet – heraus entschieden werden. Generell gab es im Handel und bei den Obrigkeiten an Marktplätzen Bestrebungen, Gerichtsverfahren in Handelssachen durch vorgelagerte Schlichtungsverfahren zu vermeiden. Diese Praxis wurde auch in Nürnberg verfolgt und erst wenn eine gütliche Einigung nicht möglich war, sollten gerichtliche Verfahren eröffnet werden. Bei der Durchführung der Verfahren erwarb sich das Banco-Amt einen guten Ruf, und 1697 wurde die Handelsgerichtsbarkeit in der bisherigen Form endgültig von der ordentlichen städtischen Gerichtsbarkeit abgelöst und als selbständiges Handelsgericht etabliert. Es bestand bis ins 19. Jahrhundert und wurde dann in reformierter Form fortgeführt.

Nicht an allen großen deutschen Handelsplätzen wurden in der Frühen Neuzeit eigene Handelsgerichte eingeführt, auch wenn eine effiziente Handelsgerichtsbarkeit zunehmend als wichtiger Standortfaktor für Handelsplätze galt. Insbesondere die Expansion des bargeldlosen Zahlungsverkehrs mittels Wechsel führte zu einem wachsenden Bedarf nicht nur an entsprechend kompetenten Maklern, sondern auch an einer spezialisierten Gerichtsbarkeit für den Fall, dass Geschäfte doch nicht wie vorgesehen gelangen und offene Forderungen zu regeln waren. Zugleich trugen die rechtliche Absicherung und eine für alle Geschäftspartner:innen zugängliche Konfliktregulierung zum Gelingen von Geschäftsabschlüssen bei, da die Ausfallrisiken durch etablierte Verfahren der Konfliktregulierung weniger willkürlich und damit kalkulierbarer geregelt wurden.

Während die Großhandelsmärkte in Nürnberg vom Fernhandel mit gewerblichen Gütern über Land geprägt waren, war Hamburg durch seinen in der Frühen Neuzeit expandierenden Seehafen vom Seehandel gekennzeichnet. Dieser weist zwar hinsichtlich der Institutionen wie Makler und Handelsgericht Ähnlichkeiten auf, im Detail zeigen sich jedoch signifikante Unterschiede zwischen Land- und Seehandel sowie hinsichtlich der gehandel-

ten Waren. Im Hamburger Getreidehandel der 1830er Jahre, wie er sich an der Warenbörse konzentrierte, bestand bezüglich der Produktqualität eine größere Verbindlichkeit als im Nürnberger Handel mit italienischem Käse. Getreide wurde hier zwecks Lieferung zu späteren Zeitpunkten und häufig an anderen Orten verkauft, oftmals auf Basis einer Warenprobe (→Kaufen).[16] Statt dass potenzielle Käufer:innen durch die Lagerhäuser Hamburgs und des Umlands reisten, wurden Proben gezogen und in der Börse zur Inspektion bereitgehalten. Entsprach die später gelieferte Ware nicht den Erwartungen der Abnehmer:innen, ließ sich im Abgleich mit der Probe die Vertragsgemäßheit der Lieferung prüfen.

Damit war das Gelingen der Geschäfte jedoch noch nicht garantiert. Zum ersten enthob der Handel per Probe den Kaufmann nicht von gründlicher Warenkenntnis, wie der Hamburger Kaufmann Johann Christian Andreas Mestern 1838 in einer anonym publizierten Denkschrift ausführte:

»Ich nehme an, daß Jeder weiß, was er kaufen will. Daß aber dennoch mancher nicht weiß, ›was‹ er wirklich käuft, ist eben so gewiß. Hier ein Beispiel: Jemand will Winter-Rappsaat kaufen. Er erhält vom Makler eine Probe, und läßt den Handel darnach abschließen; denn in seiner Schluß-Nota steht: ›Winter-Rappsaat‹. Den Ausdruck Winter sieht er, und ist zufrieden, die Probe aber hat er entweder gar nicht recht angesehen, oder er sah sie recht an, und sah doch nicht; weil – er den Artikel nicht kennt«.[17]

Nun sei reine Wintersaat zwar oft nicht leicht von Vermischungen von Sommer- und Wintersaat zu unterscheiden, aber wenn die Käufer ihrerseits die Rapssaat an eine Ölmühle weiterverkauften, falle dort der geringere Ertrag auf. Regressforderungen der Mühle blieben am Käufer hängen, denn sein Verkäufer hatte ihn ja probengemäß beliefert.

Zum zweiten konnte es trotz genauer Kenntnis der Ware im Allgemeinen und der Probe im Besonderen zu Streit kommen. Mestern selbst schildert mit spürbarer Verärgerung einen Fall, von dem man angesichts des Detailgrads der Schilderung vermuten darf, dass er selbst der hierbei Geschädigte war. Am 4. Februar 1834 hatte »ein hiesiges Haus« – eben wohl die Firma J. C. A. Mestern – rund 1.000 Tonnen Weizen von einer Firma in Altona gekauft, frei Lieferung ab Hadersleben in Schleswig (das heutige dänische Haderslev), und das Getreide sogleich an ein anderes Hamburger Haus weiterverkauft. Kontraktgemäß bezahlte Mestern ein Drittel des Kaufpreises sogleich, die übrigen zwei Drittel wurden bei Lieferung fällig, spätestens aber zum 1. Mai – ab diesem Zeitpunkt hatte Mestern gegebenenfalls auch die Lagerkosten zu tragen. Tatsächlich forderte der Letztkäufer die Lieferung

erst im Juni ein, das Altonaer Haus stellte dementsprechend einen Auslieferungsschein aus, der von Mestern dem Letztkäufer und von diesem dem Lieferanten in Hadersleben zugestellt wurde, welcher zugleich beordert wurde, die Ware nach Petersburg zu verschiffen. Da bis August kein geeignetes Schiff vor Ort war, ließ sich der Letztkäufer Proben nach Hamburg bringen, um den Weizen vor Ort verkaufen zu können. Dabei aber befand er den Weizen für nicht kontraktgemäß und verdorben (→Konservieren). Das Altonaer Haus stritt dies ab. Mestern hatte keine Möglichkeit zu entscheiden, welche der Parteien im Recht war, so dass es zuerst mit dem Letztkäufer zum Prozess kam. Bevollmächtigte beider Seiten und ein beeideter Getreidemakler reisten nach Hadersleben und fanden das Getreide tatsächlich verdorben. Daraufhin verklagte Mestern die Altonaer Firma, die jede Verantwortung für den Zustand der Ware ab dem 1. Mai ablehnte. Eine Klage beim Altonaer Oberpräsidium und zwei Klagen beim Magistratsgericht wurden abgewiesen, ehe das Obergericht in Glückstadt zu seinen Gunsten entschied – ein Urteil, welches das Altonaer Haus aber seinerseits beim Oberappellationsgericht in Kiel anfocht. »Wie wichtig es ist«, so Mestern,

> »vor welchem Forum ein Streit über ein Getreide-Lieferungsgeschäft entschieden wird, zeigt der […] dargestellte Prozeß. Mit drei einander folgenden Klagen wurde das hiesige Haus abgewiesen, ohne auch nur eine Ahnung von der Ursache zu haben. Nachdem es zwei bis drei Jahre processirt, ist es gerade so klug, wie vorher. […] Sollen gefährliche auswärtige Prozesse vermieden werden«,

so müsse man es allgemein als Bedingung »sine qua non« für Transaktionen mit Auswärtigen etablieren, dass Streitfragen vor dem Hamburger Handelsgericht entschieden werden.[18]

Neben dem »Heimvorteil« für die eigene Partei bot das 1816 eingerichtete Hamburger Gericht aber auch allen Seiten den Vorteil, dass es speziell mit kaufmännischen Fragen befasst war und in diesem Sinn fachkundig und vergleichsweise schnell arbeitete. Die Hamburger Kaufmannschaft hatte während der napoleonischen Besatzung mit dem örtlichen, im *Code de commerce* vorgesehenen *Tribunal de commerce* positive Erfahrungen gesammelt und sich nach Abzug der Franzosen 1814 sogleich daran gemacht, selbst eine dementsprechende Institution zu schaffen.[19]

Dass Rechte aus Verträgen einklagbar sind, ob auswärts in Altona oder daheim in Hamburg (die beiden Städte waren zu dieser Zeit politisch eigenständig), garantiert jedoch so oder so noch keine reibungslosen Transaktionen auf Märkten. Landen Konflikte vor ordentlichen Gerichten, sind

damit potenziell immer verschiedene Nachteile verbunden. Eine eventuelle Voreingenommenheit für die einheimische Partei mag ein Problem sein, die Entfernung und geringere Vertrautheit der auswärtigen Partei mit dem Gericht sind es auf jeden Fall. Vor allem wird der zeitliche, finanzielle und letztlich auch nervliche Aufwand zur Belastung: »Welch ein schöner Proceß, für die Advocaten! Welch ein schauderhafter Proceß für den Käufer«.[20] Auch wenn ein solches Arrangement für bestimmte Akteur:innen Vorteile bieten kann – wie im konkreten Fall die Altonaer Firma –, so lässt sich auf Großhandelsmärkten doch eine Präferenz erkennen, schnell, transparent und unparteiisch agierende Schiedsinstanzen zu etablieren.

Auch Johann Christian Andreas Mestern versuchte, die Instanz der Makler als überparteiliche Autorität in seinem Rechtsstreit wirksam zu machen:[21] Zwar hatten hierbei die holsteinischen Gerichte und nicht die Makler zu entscheiden, aber Mestern legte seiner Klage ein im März 1837 unterzeichnetes Parere – also ein kaufmännisches Gutachten zum strittigen Sachverhalt – bei, in dem einige Hamburger *und* Altonaer Handelshäuser und vor allem Getreidemakler seine Sicht der Dinge stützten, dass nämlich Mestern ab jenem 1. Mai 1834 lediglich die Lagerkosten zu übernehmen hatte, die Verantwortlichkeit des Verkäufers für die Qualität der Ware jedoch fortbestanden habe.

Die sehr gut etablierte Praxis der Neutralität von Maklern bot einheimischen und auswärtigen Marktteilnehmer:innen den Vorteil, rasch sachkundige Entscheidungen bei Streitfällen über einschlägige Sachverhalte in verlässlicher Weise erhalten zu können. Solche Verlässlichkeit von Schiedsinstanzen praktisch *herzustellen* war gleichwohl nicht einfach. Dies zeigt sich wiederum im Hamburger Lieferungshandel mit Getreide, einer in den 1830er Jahren noch relativ jungen und noch nicht ausgereift institutionalisierten Praxis. Mestern zeigt in seiner Denkschrift verschiedene entsprechende Defizite auf – der Konflikt über die Verantwortung für verkaufte, aber länger liegende Ware war nur die Spitze des Eisbergs. Ein weiterer war die an der Börse gebräuchlich gewordene Klärung von »Differenzen auf außergerichtlichem Wege, nämlich durch Erwählung von sachverständigen Schiedsrichtern«.[22] Jede der Parteien ernannte gewöhnlich einen Schiedsrichter. Sofern sich die beiden nicht einig waren, wählten diese wiederum einen Obmann, der zwischen ihnen entscheiden sollte. Mestern schlug Verfahrensweisen vor, wie Situationen aufgelöst werden, in denen der Obmann selbst eine dritte Meinung vertritt, vor allem aber beklagte er einige eingerissene, nachteilige Praktiken: etwa dass mancher

Schiedsrichter Kompromisse zwischen den Parteien vermitteln wolle oder umgekehrt nicht selten so auftrat, »als wäre er nicht Richter, sondern Advocat seiner Partei«.[23] So manchen Schiedsrichter würde man zudem in seiner Ansicht »zuvor durch ausgeschmückte, oder doch wenigstens einseitige Darstellungen bestechen, auch dem Schiedsrichter wohl gar ein voreiliges Urtheil ablocken, so daß ihm, im Fall einer spätern, richtigern Ansicht über die Sache, nur die Wahl bleibt, ob er inconsequent erscheinen, oder gegen seine bessere Ueberzeugung urtheilen will«.[24] Solche Alltagspraxis ließ sich schlecht verbieten, höchstens durch effektive institutionelle Reformen beseitigen.

Tatsächlich war es ein wesentliches Anliegen von Mestern, Vorschläge für sinnvolle Handelsusancen zu machen und auf den Erlass allgemeiner Lieferbedingungen für den Getreidehandel an der Hamburger Börse hinzuwirken, die grundlegender Bestandteil aller an der Börse geschlossenen Transaktionen sein würden. Über eine solche »conditio sine qua non« ließe sich dann unter anderem auch der Zwang zur Nutzung des Hamburger Handelsgerichts oder von Schiedsinstanzen vor Ort durchsetzen, sofern eben der börsliche Warenhandel trotzdem hinreichend attraktiv für Auswärtige war. Tatsächlich beschloss die Hamburger Kaufmannschaft wenige Jahre später, am 31. Oktober 1846, ein solches »Reglement der Usancen beim Getraidehandel«, welches in drei Teilen den Export, den Import und den Handel am Platz regelte.[25] In allen drei Teilen wird bei Disputen über die Vertragsmäßigkeit gelieferter Ware bestimmt, dass beide Seiten *einvernehmlich* Schiedsrichter benennen (Teil I § 10, Teil II § 5, Teil III § 3) und, sofern sie sich nicht einigen können, die Hamburger Kommerzdeputation diese ernennt. Praktisch dürften sich durch den Zwang zur Einvernehmlichkeit in der Benennung der Schiedsrichter einige der von Mestern beklagten Gewohnheiten erübrigt haben.

Hauptaufgabe der Schiedsrichter war es, Wertabweichungen der gelieferten Ware vom bestellten Standard zu taxieren; die genaue Vergütung dieser Differenzen war in den Usancen ebenfalls vorgeschrieben: Die Käufer:innen konnten die Ware mit der taxierten Vergütung akzeptieren oder Ersatz zum nächsten Arbeitstag fordern. Wurde dieser dann nicht beschafft, mussten die Käufer:innen zwar die Lieferung akzeptieren, erhielten die Wertdifferenz aber doppelt vergütet. Ebenso ist im Reglement festgehalten, welche Abweichungen in der Menge des gelieferten Getreides akzeptiert werden müssen und welche nicht. In diesen Regeln, sowie Bestimmungen, wie im Hinblick auf die verschiedenen, im Kontext von Bestellung, Lagerung und

Lieferung regelmäßig anfallenden Problemlagen zu verfahren ist, wurde das Transaktionsgeschehen vorab entlastet. Die im Falle des Mailänder Parmesans in Nürnberg zu beobachtende Praxis des – von Schlichtung begleiteten – gütigen Aushandelns der Differenzen von Bestellung und Lieferung wurde hier so weit wie möglich durch Regelautomatismen und zeitnahe Schiedsrichtertaxierung ersetzt, um Transaktionen reibungsloser zu machen und das Marktgeschehen zu beschleunigen. Möglich und sinnvoll war eine solch hochspezifische und ja auch starre Regulierung aber nur da, wo gleichförmige Ware mit sehr großem Durchsatz gehandelt wird, also im entstehenden Spezialisierungskontext des börslichen Lieferungs- und Terminhandels.

Hieraus ergibt sich auch, dass solche Reglements, wie sie ab den 1830er und 1840er Jahren an immer mehr europäischen Umschlagplätzen erlassen wurden, das betreffende Marktgeschehen in der Regel nicht erst konstituierten. Die Märkte entstanden also nicht durch Institutionalisierung. Vielmehr zeigt das Hamburger Beispiel, wie sinnvolle allgemeine Reglements zunächst nur im Zuge der Verfestigung sich bewährender Handelspraktiken gebildet werden konnten, also eine reflektierte und (wie etwa in Mesterns Denkschrift) diskutierte Verfestigung und Läuterung von Marktpraxis darstellten. Im Gefolge konnten solche Reglements zwar dann auch als Vorbild dienen und andernorts übernommen werden, aber selbst in solchen Fällen musste an diesen anderen Orten ja bereits ein ausgeprägter Warenhandel bestehen. Er ließ sich nicht durch Erlass eines Reglements einfach herbeizaubern – sehr wohl aber stärker und attraktiver machen.

Genau dies erhoffte sich Mestern in seiner Denkschrift: Durch die Festlegung und allgemeine Verbindlichkeit eines Reglements für alle über die Hamburger Börse abgewickelten Geschäfte würde sich nicht nur die Reibungslosigkeit von Geschäften deutlich erhöhen, sondern mit ihr und der damit einhergehenden Verlässlichkeit des Marktgeschehens auch die Attraktivität des Hamburger Platzes in solchem Maße steigen, dass für Auswärtige die Festlegung auf Hamburger Gepflogenheiten und Schiedsinstanzen nicht allzu schwer wog: »Die einzige bleibende Opposition, die mit Sicherheit zu erwarten steht, ist die von auswärtigen schlechten oder unredlichen Lieferanten [...]. Wohl uns, wenn jene bösen Gäste, die unsere Taschen plündern, auf immer von unserm gastlichen Markte verbannt werden«.[26]

Die Gastlichkeit des Hamburger Marktes – und das meint primär: dass auswärtige Käufer:innen und Verkäufer:innen freundlich und fair behandelt werden – ist für Mestern sicherlich zu großen Teilen aus dem

projizierten Selbstverständnis der Ehrbaren Hamburger Kaufleute herzuleiten. Praktisch ist aber eben auch eine geeignete Institutionalisierung des Marktgeschehens wichtig, weil ein Vorhandensein von Regeln und ihrer prinzipiellen Klagbarkeit noch kein faires Verhalten der Akteur:innen garantiert. Nicht nur der Prozess mit der Altonaer Firma lässt Mestern in dieser Hinsicht skeptisch sein: »Ich selbst habe früher Getraide in gewissen Häfen empfangen, wo ich mich nur mit Hülfe der ganzen Schiffsmannschaft vor Betrug schützen konnte«. Und ein Geschäftspartner eines Freundes, der für diesen andernorts Ware in Empfang genommen hatte, hatte beklagt: Solle er dies je wieder tun, »so müsse er Jemanden zur Hülfe mitnehmen, weil er nicht aushalten könne, jede Nacht zu wachen; schliefe er aber, so würde er riskiren, daß ihm das am Tage Empfangene in der Nacht wieder umgetauscht würde«.[27]

Anders als man es aus institutionenökonomischer Sicht vielleicht meinen möchte, genügen Regeln allein, ja selbst gute Regelungen und gut konstruierte Prozesse ihrer praktischen Anwendung nicht, um Geschäfte für alle Beteiligten gelingen zu lassen. Es braucht nicht einmal Menschen, welche willens sind, Regeln zu brechen: In der geschäftlichen Praxis ist am Ende immer genügend Raum, Vorteile auf Kosten anderer zu ziehen, Geschäfte für sich besser als für die Gegenpartei gelingen zu lassen: »Ich habe sogar Leute kennen gelernt, die geschenktes Vertrauen gewiß nie mißbrauchten, und allgemein als gute Lieferanten galten, sich aber dennoch förmlich damit brüsteten, einem Empfänger, wie sie sich ausdrückten, einen Bart gemacht zu haben«.[28]

Alexander Engel / Christof Jeggle



Terminieren und koordinieren

Märkte müssen als Präsenzveranstaltungen zeitlich und kalendarisch koordiniert werden, damit räumliche Entfernungen zwischen den Marktplätzen überwunden und die einzelnen Orte für die Akteur:innen pünktlich zu erreichen sind. Das schafft eine Konkurrenz zwischen verschiedenen Marktorten und führt zu Konflikten bei der Suche nach dem günstigsten Termin.

»[H]ab also wenig ruow gehapt, daß mich der sattel nit ahn das hindertheil gebrent habe«.[1] Mit diesen derben Worten kommentierte der Basler Händler Andreas Ryff (1550–1603) die Reisen zu Messen und Märkten in seinem *Reiss Biechlin* (1600), in dem er die Aufzeichnungen der vergangenen 25 Jahre zusammenführte. Hauptsächlich entlang des Rheins bis nach Frankfurt und in den westlichen Gebieten der Eidgenossenschaft hatte Ryff jährlich möglichst viele Messen und Märkte besucht, um hier als Ein- oder Verkäufer Textilhandel zu betreiben. Ryff hatte am Beginn seiner Reisen genau kalkulieren können, wann er wo werde sein müssen, da ihm – wie auch zahllosen anderen Händlern – klar war, wann an welchem Ort eine Marktveranstaltung stattfinden würde. Durch die allgemeine Kenntnis der Termine konnten sich die jeweils interessierten Händler immer genau dann am spezifischen Ort einfinden, wenn dies auch ihre bevorzugten Partner tun würden. Damit war Ryff sowohl Nutznießer als auch Mitgestalter einer Marktlandschaft, die eine bemerkenswerte Stabilität aufwies. Marktveranstaltungen als Präsenzmärkte ergaben seinerzeit als Inseln keinen Sinn, diesen gewannen sie erst durch eine überregionale Verflechtung. So konnten die Marktteilnehmer als ökonomische Akteure operativ kalkulieren und zeitlich effizient durch eine Marktlandschaft navigieren – wenngleich dies für Ryffs Hinterteil manche Schmerzen bedeutete.

Die zeitliche Organisation von Märkten und Messen, die die Messekalender leisten, wurde schon häufiger untersucht.[2] An dieser Stelle interessiert die eher vernachlässigte raumzeitlich-hierarchische Anordnung des Marktgeschehens. An ihr werden sowohl die praktische Gestaltung der Marktlandschaft und ihrer Hierarchien als auch die Machtverhältnisse zwischen den Teilnehmer:innen sichtbar.[3] Ausgangspunkt der Betrachtung ist die raumzeitliche Relationierung von Märkten in der Frühen Neuzeit. Käufern und Verkäufern wurden der Zugang zu verschiedenen Märkten und die Verfügbarkeit entsprechend großer Warenangebote verheißen. Zudem sicherte die Integration in den Messekalender auch den jeweiligen Orten des Austauschs eine Position im gesamteuropäischen Handelsnetz. Bereits in Ryffs Reisebuch ist angesichts der besonders langen und wiederkehrenden Besuche von Straßburg und Frankfurt am Main unverkennbar, dass die individuelle Wahlfreiheit, welcher Standort zu besuchen war, mit der Bedeutung der großen Messeorte sank.[4] Es wäre allerdings vorschnell, von einem solchen Einzelbefund auf ein sich quasi natürlicherweise einpendelndes System des Messekalenders zu schließen, das durch die kollektive Wahl tausender Kaufleute wie Ryff in ein Gleichgewicht kam. Stattdessen lässt sich an einem besonders markanten Beispiel etwas anderes zeigen: Der Konflikt zwischen Frankfurt am Main und Leipzig – als den zwei bedeutendsten Messeorten des Alten Reichs im frühen 18. Jahrhundert – um den jeweiligen Platz im europäischen ›Meßkalender‹ lässt die Praktiken einer raumzeitlichen Relationierung hervortreten.

Die Reichsstadt Frankfurt stellte nur wenige Jahre nach der Akzeptanz des gregorianischen Kalenders im Jahr 1700 fest, dass der Abzug von elf Tagen nicht nur eine Erleichterung beim Briefeschreiben durch den Wegfall der Doppeldatierung, sondern auch neue Probleme für den Handel gebracht hatte. Kaufleute aus Schwaben und Franken beschwerten sich über die faktische Vorverlegung der Frankfurter Ostermesse, die nun in eine Zeit von viel Regen, Hochwasser und einen teilweise noch vereisten Main fiel. Ihre Beschwerden stießen beim Frankfurter Rat auf offene Ohren. Der bis dato übliche Beginn der Messe war Judica, der fünfte Sonntag der Passionszeit, zwei Wochen vor Ostersonntag, der bei einem frühen Ostertermin sogar auf den 8. März fallen konnte. Die Messe dauerte dann in Frankfurt drei Wochen, woraufhin viele Großhändler mit ihren Waren nach Leipzig zogen, wo 14 Tage nach dem Frankfurter Messeschluss die zweiwöchigen Leipziger Messen begannen. Leipzig hatte von der Kalenderänderung also keinen meteorologischen Nachteil, wohl aber Frankfurt. Dies war man nun zu ändern gewillt.

Am 20. Juli 1706 schrieb der Frankfurter Rat nach Leipzig und bat die Stadt um eine Verschiebung des Leipziger Messebeginns von Jubilate, dem dritten Sonntag nach Ostern, auf Rogate, den fünften Sonntag nach Ostern. Die Antwort aus Leipzig vom 13. August an die »lieben Herrn und Freunde« fiel negativ aus, man wollte den Termin nicht ändern. Die von Frankfurt angegebenen Gründe seien »nicht von solcher Erhebligkeit, daß deswegen die von etlichen Seculis gestandene MarckZeit zu verendern seyn sollte«.[5] Der Frankfurter Rat ließ sich davon nicht umstimmen. Schließlich verschob Frankfurt 1711 den Beginn der eigenen Frühjahrsmesse um drei Wochen nach vorne, so dass nun die letzte Woche der Frankfurter Messe und die erste Woche der Leipziger Messe überlappten. Faktisch zwang man damit die Großhändler Europas zur Wahl zwischen dem Besuch der Leipziger und der Frankfurter Messe, denn beide konnte man jetzt nicht mehr besuchen.

Die praktischen Folgen lassen sich an einem Protestschreiben gegen die Verschiebung der Messen ablesen, das über hundert Kaufleute am 20. September 1710 in Frankfurt unterzeichneten. Die meisten von ihnen stammten aus der Schweiz, viele aus Hamburg, und auch eine Reihe von Niederländern und Augsburgern unterschrieb. Sie kritisierten, dass nur auf das Betreiben weniger Kaufleute und ohne triftige Gründe eine solch fundamentale Veränderung vorgenommen worden sei. Sie verwiesen dabei auf eine grundlegende Praxis des europäischen Handelssystems, die nun von Frankfurt durchbrochen wurde. Man sah voraus, dass bei einer Überschneidung der Messtermine »kein einziger Kauffmann das allergeringste allhier einkauffen«, sondern an anderen Orten erwerben »und recta auff Leipzig gehen zu laßen«.[6] Aus dieser Lage heraus skizzierten die Kaufleute gefährliche Konsequenzen für die Zukunft. So werde neben dem Waren- auch der Zahlungsverkehr zugrunde gehen. Die Kaufleute, die ihre Waren auf Ziel, also mit der Absicht einer späteren Bezahlung nach Besuch aller Messen kauften und erst nach Besuch der Leipziger Messe ihre Verbindlichkeiten auslösten, könnten auf absehbare Zeit nicht mehr planend agieren.

In der Praxis der synchronisierten Festlegung von Messeterminen, die in ihrer zeitlichen Abstimmung eine hierarchisierte Geschehensganzheit über weite Teile Europas, von Spanien bis Russland, von Großbritannien bis Süditalien hinweg formten, standen bislang Frankfurt und Leipzig an der Spitze.[7] Das Terminieren der Messen und Märkte mithilfe des Kirchenkalenders, wie es in dem Schreiben der Frankfurter Kaufleute erkennbar wird, war in der Frühen Neuzeit eine gängige Praxis, um zeitliche Ordnung zu

stiften und um religiöse, auch heilsgeschichtliche Vorstellungen und weltliche Geschehnisse aufeinander abzustimmen. Begriffsgeschichtlich leitet sich die ›Messe‹ von der kirchlichen Feier der Heiligen Messe ab, wenngleich das Wort ›Jahrmarkt‹ häufig synonym verwendet wurde.[8] Die Tradition des Kalenderschrifttums wiederum ist mindestens seit dem 16. Jahrhundert eng verbunden mit der sogenannten Hausväterliteratur. Paradigmatisch dafür steht Johannes Colers berühmtes *Calendarium oeconomicum et perpetuum* (1591), in dem der christliche Haushalt mit praktischen Anweisungen monatsweise durch den Jahreslauf geführt wird. Ziel ist »eine gute Wirtschafft«[9] des Hauses, zu der ein landwirtschaftliches Detailwissen ebenso zählen wie klimatische, astronomische, medizinische und laientheologische Kenntnisse sowie sentenziöse, sinnspruchartige Einlassungen. Beschlossen wird das *Calendarium* – und das ist für das marktpraktische Zeitwissen überaus relevant – von einem »Vorzeichnis aller Jahrmärckte/ nach dem A.B.C. das ein jeder/ was er haben wil finden kan«.[10] Das immerhin 25-seitige alphabetische Register umfasst die großen und kleinen, ein- und mehrtätigen Märkte im deutschen Sprachraum mit ihrem Anfangs- und Enddatum nach dem christlichen Kalender, und zwar von »ADerberg den ersten am tage Mariæ Geburt/ den 2. Sontag nach Simonis Judæ« bis zu »Zerwig/ den tag Johannis«.[11] Entscheidend für das Medium des kalendarischen Hausbuchs ist zudem eine Inklusion und Partizipation der Leserschaft und der städtischen Vertreter, um eine möglichst vollständige Übersicht der lokalen Markttermine zu erhalten. Der Appell richtet sich an das kollektive Gedächtnis und geht einerseits von einem reflexiven Bewusstsein über die Vielzahl und Verschiedenartigkeit der Märkte aus und andererseits von einer gleichrangigen, nachgerade christlich wohlgeordneten Verteilung der unterschiedlichen Standorte. Denn: »Christus Jesus der Sohne Gottes sey mit vns allen/ Amen«.[12] Offen ausgetragene Terminkonflikte zwischen den einzelnen Messen durfte es in dieser Ordnung, die das Hausbuch entwarf, nicht geben.

Gleichwohl war das zeitliche und räumliche Wissen über die jeweiligen Markttermine und -orte stets begrenzt. In dem Holzschnitt *Eigentliche Abbildung dess ganzen Gewerbs der löblichen Kaufmannschafft* (1585) des Schweizers Jost Ammann finden sich einige Dutzend bedeutender Märkte, die von den Stadtwappen symbolisiert und chronologisch sortiert sind. Daraus ergibt sich ein allegorisch aufgeladener Sinnzusammenhang, der auf die wechselseitige Bezugnahme der Märkte verweist oder, abstrakter gesprochen: auf die niemals vollständige oder vollkommene terminliche Einrichtung der eu-

ropäischen Handelsräume in verschiedene einzelne Märkte. Sie sind das Resultat eines meist nur regional erzielten Konsenses zwischen den jeweiligen Markt- oder Messorten. Im Holzschnitt lässt sich die regionale Perspektive auch daran ersehen, dass der Schweizer Ammann die sehr bedeutenden Leipziger Märkte nicht aufführt, wohl aber diejenigen von Lindau oder Memmingen.



Abbildung 4: Holzschnitt »Eigentliche Abbildung deß ganzen Gewerbs der Kaufmannschafft«
Quelle: Ausschnitt aus: Jost Amman, Aigentliche Abbildung des gantzen gewerbs der Kauffmanschafft sambt etslicher der Namhafft vnd fürnembsten Handelstett Signatur vnd Wappen, Augsburg 1585, Sign.: British Museum, London, Image ID: 01613427495.

Auf die Messekalender wird durch die Wiedergabe der Markttermine in der frühneuzeitlichen handschriftlichen und gedruckten Handelsliteratur häufig Bezug genommen. Die Kalender wurden im *Mederschen Handelsbuch* (1558), das in Süddeutschland recht verbreitet war, ebenso erwähnt wie bei Paul Jacob Marpergers in Leipzig publizierter *Beschreibung der Messen und Jahrmärkte* (1710).[13] Bei diesen beiden Texten zeigt sich erneut, dass das Wissen um die Messetermine immer eine raumrelationale Dimension umfasst. Meder führt aus der Nürnberger Perspektive zwar Märkte von Spanien und Italien bis Polen auf, doch werden seine Angaben mit zunehmender Entfernung sehr ungenau. Bei Marperger, der die wohl detaillierteste Aufstellung europäischer Markttermine in der Frühen Neuzeit publizierte, ist die Perspektive letztlich auch stark auf Leipzig zentriert; bereits im westlichen Teil Deutschlands franst dieser Kalender aus. Obwohl sich aus solchen Quellen die kalendarische Ordnung der Messen in Europa zumindest für bestimmte Zeitabschnitte nachträglich rekonstruieren lässt, kannten selbst die am

besten informierten Zeitgenossen hauptsächlich die Termine in den für sie relevanten Handelsräumen.

Im Medium der Messekalender ergibt sich also eine Verschränkung von zeitlichen und räumlichen Ordnungsmustern, an denen die Marktpraktiken orientiert sind. Am Beispiel der französischsprachigen Schweizer Westalpen etwa hat Anne Radeff für hunderte Orte und kleine Messen die Markttermine des 18. Jahrhunderts herausgearbeitet und ihre systematische wechselseitige Bezugnahme analysiert. Trotz partieller Inkonsistenzen bemerkt sie doch klar: Eine *Économie globale d'Ancien Regime* war selbst bis in abgelegene Alpendörfer über die zumindest teilweise Verfügbarkeit exotischer Produkte wirksam, indem die urban-zentralen und ländlich-dezentralen Marktträume chronologisch aufeinander bezogen waren.[14]

Unter den Voraussetzungen des frühen 18. Jahrhunderts war das Ausscheren Frankfurts aus dem europäischen Ordnungsgefüge der Messekalender ein Manöver, das auf der Überschätzung der eigenen Position beruhte. Die Korrespondenz mit Leipzig belegt, dass man zwar einerseits die Notwendigkeit zur Koordination mit dem anderen großen europäischen Messestandort anerkannte, jedoch andererseits mit dem Entschluss zur Terminverschiebung die Leipziger Konkurrenz unterschätzte. Die Jahre nach 1711 brachten für die Frankfurter Frühjahrsmesse rasch bedeutende Schwierigkeiten. Während alle wichtigen Großhändler Europas, insbesondere aus der Schweiz, aber auch von zahllosen anderen bedeutenden Handelsorten, nun direkt nach Leipzig gingen, sah sich Frankfurt vom internationalen Großhandel im Frühjahr abgeschnitten. Der Kalender blieb intakt, doch er ignorierte nun schlicht Frankfurts Terminwahl. Der Messeplatz Frankfurt hatte sich selbst aus einer überregional koordinierten Praxis herausgezogen und konnte damit nicht mehr von dessen Vorteilen profitieren. Die Praxis der zeiträumlichen Exklusion folgte nicht ihrem ursprünglichen Kalkül (→Privilegieren oder boykottieren).

Dieser Ausschluss Frankfurts betraf nicht zuletzt die Buchmesse. Als 1710/11 der Frankfurter Rat die Messe zum Teil zeitgleich mit der Leipziger Konkurrenz terminierte und darauf spekulierte, dass sich die Buchhändler für Frankfurt entscheiden würden, wurde diese Hoffnung bald enttäuscht. Die Mehrzahl der Buchhändler wählte Leipzig wegen der größeren Absatzchancen und des deutschsprachigen Buchangebots, das schon zu Beginn des 17. Jahrhunderts über mehr Neuerscheinungen verfügte als die lateinische, sogenannte oberdeutsch-katholische Literatur, die das Image der Frankfurter Messe nachhaltig und nachteilig bestimmte.[15] Ganz unab-

hängig von der materiellen Beschaffenheit und den Sprachvarianten der Druckwerke beeinflussten die Pläne der Neuterminierung wie schon bei der Warenmesse auch die Zahlungsmodalitäten der Buchmesse: »Denn wenn die Zahlwoche allhier erst zu Ende, so fängt die Leipziger schon an«.[16] Neben die räumliche Unerreichbarkeit beider Messen trat so die Unmöglichkeit einer fristgerechten Zahlung. Überhaupt etablierte sich Leipzig als »Clearingstelle«[17] im europäischen Zahlungsverkehr, wie die regelmäßigen Kursnotierungen im 18. Jahrhundert belegen, so dass der Handel zumal auf der parallel bestehenden Warenmesse durch Geld- und Münzumtausch erleichtert wurde.[18] Das Versprechen der Leipziger Messe auf Verfügbarkeit war somit nicht nur geknüpft an attraktive Angebote des Buchmarktes, sondern ebenso an die Usancen eines praktikablen, auch bargeldlosen Wechselverkehrs und internationalen Finanzmarktes (→Verbriefen).

Im Gegensatz zur Warenmesse war der Schaden für die Buchmesse nahezu irreparabel. Die Frankfurter Buchmesse entwickelte sich seit 1711 zu einem lokalen Büchermarkt ohne größere Reichweite. Die wesentliche Innovation des Buchwesens im 18. Jahrhundert, die Ausdifferenzierung von Drucker, Verleger und Sortimenter, hatte als eine bedeutende Voraussetzung die Konzentration der Buchmesse an einem Ort, da nur bei einer hinreichend kritischen Masse eine präzise »Marktbeobachtung«[19] sowie ein einjähriges Remissionsrecht als neue Praktiken möglich waren (→Marktwissen drucken). In dieser Hinsicht war die Selbstherausnahme Frankfurts aus dem Messekalender paradoxerweise wohl für die Weiterentwicklung des europäischen Buchmarktes hin zu einer professionellen Struktur, wie sie uns heute vertraut ist, hilfreich.

Solch eine Weiterentwicklung auf Kosten der eigenen Messe konnte man aber konkret in Frankfurt um 1720 nicht gutheißen. Seit 1721 versuchte der Frankfurter Rat, nachdem er seinen Misserfolg anerkannt hatte, den Messetermin zurückzunehmen. Dabei stieß er jedoch auf den Widerstand der lokalen Kaufmannschaft, die sich vom Würzburger Bischof und dem Reichsvizekanzler, dem Mainzer Bischof, unterstützt sah und Frankfurt zwang, einstweilen beim ungünstigen Messetermin zu verbleiben. Dieses Faktum wirft auch ein bezeichnendes Licht auf die Entscheidungen von 1706 und 1711 zur Verlegung der Frankfurter Frühjahrsmesse. Diese war schon damals eventuell weniger einer wirtschaftlichen als einer politischen Logik gefolgt. Die Reichsstadt musste Rücksicht auf die Machtkonstellationen in der Fürstengesellschaft nehmen und konnte ihren Markt nicht vor deren politischer Einflussnahme schützen. Erst 1726 konnte der Kaiser im Sinne

Frankfurts eine Rücknahme der Messe um eine Woche durchsetzen. Die Frankfurter Messe endete nun am dritten Sonntag nach Ostern, an dem zugleich die Leipziger Messe begann. Damit war zumindest ein zeitweiser Besuch beider Messen möglich, wodurch Frankfurts Frühjahrsmesse wieder in die terminliche Ordnung des Messekalenders eingegliedert wurde.

Der Fall von Frankfurt und Leipzig verdeutlicht, dass die Praxis des Terminierens bezogen ist auf das ordnungs- und auch machtpolitische Bedingungsgefüge von Märkten. Die zeitliche Festlegung einer Messe kann als Instrument gegen die Konkurrenz eingesetzt werden und ihrer Exklusion dienen. Das Problem der terminlichen Überschneidung verweist jedoch auch auf eine bewusstseinsgeschichtliche Transformation, die sich jenseits der Marktpraktiken vollzieht und mit dem konzeptuellen Umbau des zeitgenössischen Verständnisses von ›Gegenwart‹ zu tun hat. Die physische Ko-Präsenz, die der Marktplatz oder die Messe als lokaler Kommunikationsraum und mit Blick auf die ›persönliche Gegenwart‹ von Käufern und Verkäufern zunächst bezeichnet, wird notwendigerweise mit einem Zeitwissen konfrontiert, sobald die Akteure von der Ebene ihrer überregionalen, europäischen Vernetzung aus argumentieren. Dann nämlich werden die kalendarischen Angaben einer Messe ihrer ehemaligen religiösen, heilsgeschichtlichen Konnotationen, wie sie etwa in Colers Hausbuch noch klar erkennbar sind, vollständig entkleidet. Übrig bleibt ein verzeitlichtes Bewusstsein von Gegenwart, in der das Terminieren nicht nur eine Marktpraxis darstellt, sondern auch zu den »genuinen Praktiken kontingenzbewältigenden Zukunftshandelns«[20] zählt. Der europäische Messekalender stellt in diesem Zusammenhang eine Marktmatrix und zugleich ihr Leitmedium dar, das nicht zuletzt aus den wirtschaftlichen und politischen Rivalitäten einzelner Standorte und Akteure hervorgeht und an dem die zeiträumliche Relationierung als Ermöglichungsbedingung eines Marktgeschehens in Präsenz ablesbar wird. Dabei war das scheinbar statische System von einer tiefgreifenden Dynamik erfüllt, die von der Ebene eines von Marktort zu Marktort reitenden Andreas Ryff bis zur Rivalität der bedeutendsten europäischen Messestandorte reichte.

Christian Meierhofer / Magnus Ressel



Transportieren

Wie gelangen Waren auf Märkte? Ohne den Transport, seine Infrastrukturen, Fortbewegungsmittel, Aufbewahrungsweisen und Logistik sind Märkte undenkbar. Transportvorgänge fließen als Vorleistungen in die Preisbildung ein. Mit ihrem Leistungsangebot konkurrieren die Spediteure aber auch selbst um potenzielle Kund:innen.

Die Florentiner Handels- und Bankgesellschaft Averardo e Piero Salviati & Co siedelte sich am für die Finanzierung des Warenhandels zentralen Wirtschaftsstandort Lyon an, um Zugriff auf die Frachttransporte ins östliche Mittelmeer zu entwickeln. Der dortige Vertreter der Salviati, Lionardo Spina, beschreibt in einem Brief an den Geschäftspartner Amiel Albertas in Marseille am 16. Mai 1539 eine Konkurrenzsituation:

»Mit Blick auf unsere besagten Güter für Beirut habt Ihr vernommen, dass wir in Zukunft mit (dem Schiffseigner) Pierre Tornier keine Verbindung mehr eingehen wollen. [...] Euer Gaspar Sabatero will nicht auf die Reise nach Beirut gehen, die Schifffahrt nach Griechenland wurde in Ermanglung eines Schiffs abgesagt. [...] Uns gefiele es gut, dass (stattdessen) Euer Jean Richier in Gesellschaft mit Michel Fortia diesen Auftrag bekommen könnte«.[1]

Über Pierre Tornier erfahren wir noch, dass er durchaus als *[u]omo da bene* angesehen wurde, allerdings sei er eben auch *djficile*, *puntuoso* und *lungho* (was vermutlich mit »schwierig«, »kleinkariert« und »langsam« übersetzt werden könnte). Die wesentlichen Argumente aber für die alternativen Lösungen in Marseille sind handfest unternehmerischer Natur: Im Vergleich sei die Fracht bei Tornier zu teuer, und andere Schiffe wie die »Restina« oder die »Floria« böten demgegenüber deutlich mehr Fassungsvermögen, so dass man anstelle eines Gesamtwarenwertes je Schiff von 30.000 *scudi di marchi* gar auf bis zu 70.000 *scudi di marchi* kommen könne. Das wäre angesichts der hohen Frachtkosten und der erklecklichen Versicherungspolicen pro Fahrt ein gewaltiger Unterschied.[2]

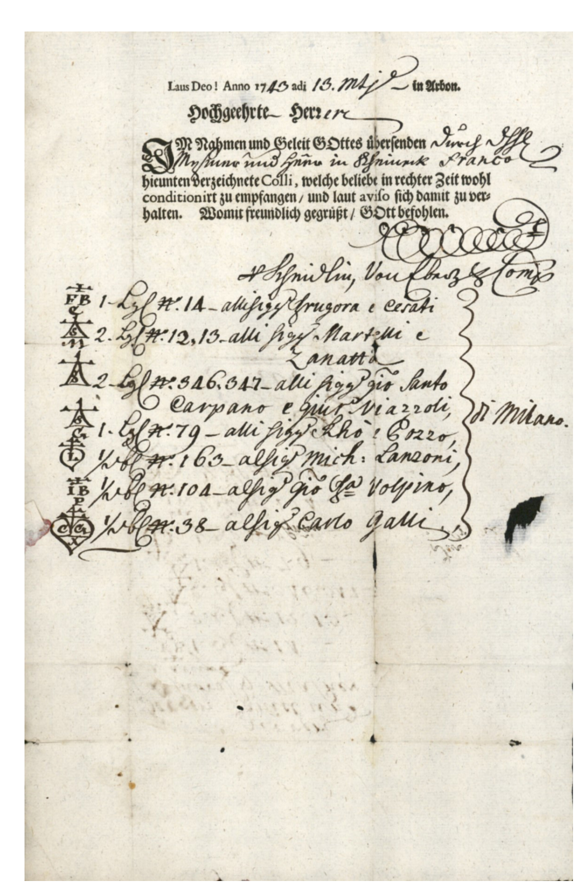
In der eingangs erwähnten Konkurrenzsituation ging es um die verschiedenen Anbieter des Transportes mit Schiffen von Marseille nach Beirut, aber auch nach Griechenland, Konstantinopel (Pera), Tripolis und Alexandria. Die Schiffe legten bei ihrer Hin- und Rückreise zumeist in Livorno und Pisa an, wo die Güter gestapelt, verteilt und für die Weiterfahrt nach Marseille oder auch Aigues-Mortes präpariert wurden. Die Ballen mit der aus dem Orient importierten Baumwolle etwa waren in Transporttücher gehüllt, gut verschnürt und mit der Handelsmarke der Eigentümer, also in diesem Fall der Salviati, versehen. Andere Erzeugnisse befanden sich in Fässern und Kisten (→Form finden).

Diese Episode verweist auf den dauernden Wettbewerb der Spediteure um die Aufträge der Kaufmannbankiers, die ihre Güter auf lange Reisen schicken wollten. Im konkreten Fall war es die Unternehmung der Florentiner Salviati, die sich um 1508 in Lyon mit ihren Handels- und Bankgesellschaften niedergelassen hatten. Sie strebten den Zugang zu den reichhaltigen Absatz- und Beschaffungsmärkten an, deren Transaktionen auf den Lyoner Messen finanziert und abgerechnet wurden. Dafür griffen sie auf überregional operierende Spediteure zurück.

Die Finanzierung des Warentransfers machte in der Frühen Neuzeit einen erheblichen Teil des Gesamtaufwandes im Warenhandel aus. In Kaufmannsbüchern (Handelsmanualen) werden die Transportkosten zu Land eigens und ausführlich vorgestellt.[3] Im Zusammenhang mit der Organisation etwa des hier angesprochenen Handels im Mittelmeer, besonders aber mit Blick auf die großen Handelsgesellschaften zum Interkontinentalhandel über die Ozeane zeigt sich, inwieweit die bloße Abwicklung der Speditionsleistungen über Erfolg oder Misserfolg des jeweiligen Geschäftsmodells entschied. Vielfach erschien die Finanzierung der Frachten im Verhältnis zum Ertrag als zu hoch, so dass sich die Kaufleute nicht selten aus dem Seehandel zurückzogen.[4]

Essenziell war dabei neben den eingebrannten Firmenzeichen das Medium des Transportbriefes – in der mittelalterlichen *Lingua franca* des Welthandels, im Italienischen – als ›polizza‹ bezeichnet.[5] Ein solches Dokument sei hier genauer vorgestellt:

Es handelt sich hier um einen Transportbrief mit Vordruck vom 13. März 1743 mit dem Inhalt: »Im Nahmen und Geleit Gottes übersenden durch HH. Meßmer und Heer in Rheineck franco« an verschiedene Firmen in Mailand. Diese waren alle mit vollem Namen genannt, ebenso wurden ihre Handelszeichen angegeben. Absender war die Firma »Scheidlin, von Eberz & Comp.«



Laus Deo! Anno 1743 adi 13. maj in Arbon.

Hochgeehrte Herren

IM Nahmen und Geleit GOttes übersenden Durch Ihr Meßmer und Heer in Rheineck franco hieunten verzeichnete Colli, welche beliebe in rechter Zeit wohl conditionirt zu empfangen / und laut aviso sich damit zu verhalten. Womit freundlich gegrüßt / GOtt befohlen.

1 Lgl N:14 alli sig.ri Frugora e Cerati
2 Lgl N:12,13 alli sig.ri Martelli e Zanatta
2 Lgl N:346,347 alli sig.ri Gio Santo Carpano e Giur. Viazzoli
1 Lgl N:79 alli sig.ri Rho e Pozzo
½ Bl N:163 al sig. Mich: Lanzoni
½ Bl N:104 al sig. Gio Batta Volpino
½ Bl N:38 al sig. Carlo Galli
di Milano.

Abbildung 5: Transportbrief, erste Seite
Quelle: Firmenarchiv Gebrüder Weiss, Lauterach, Signatur: A.I.b1.50.

aus Arbon. Die Transporteinheiten waren »Lgl.« (Lagel) und »Bl.« (Ballot), die transportierten Güter selbst unbekannt. Adressiert war der Brief an die Herren Daniel und Ambrosy Maßner im schweizerischen Chur.

Meßmer und Heer waren dabei Fuhrleute aus Rheineck am Bodensee, die regulär zwischen Rheineck und Chur hin- und herfuhren. Diesen Transportbrief übergaben sie mitsamt der Ware in Chur an die dortige Speditionsfirma »Salis & Maßner«, die zu dieser Zeit von Daniel und Ambrosius Maßner geführt wurde. Dank dieser Übergabe ist der Frachtbrief auch erhalten, da er in der großen Sammlung dieser Firma die nächsten Jahrhunderte überdauerte. Salis & Maßner erstellte daraufhin einen weiteren (nicht überlieferten)

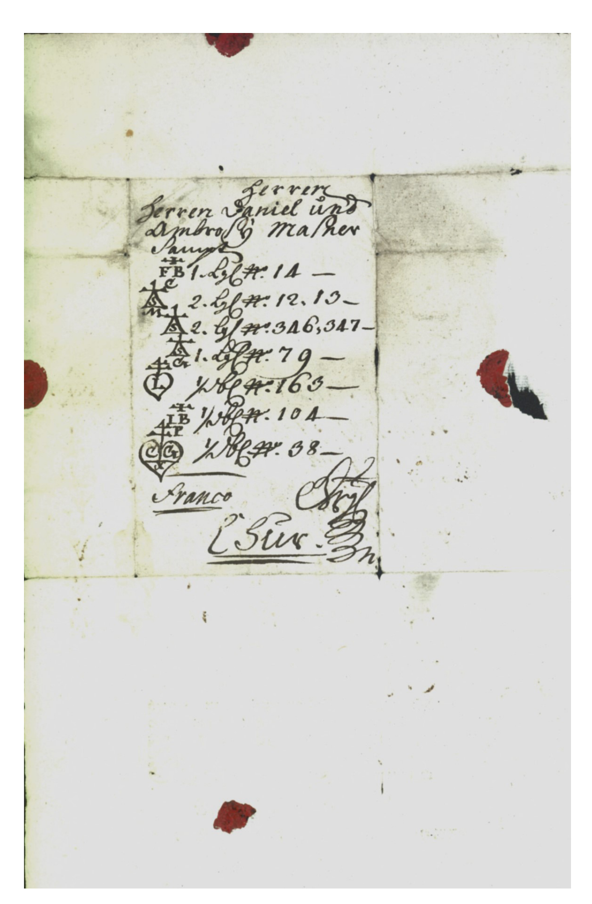

Herren
Herren Daniel und
Ambrosij Masner
[illegible]
1. [illegible] N: 14 —
2. [illegible] N: 12, 13 —
2. [illegible] N: 346, 347 —
1. [illegible] N: 79 —
[illegible] N: 163 —
[illegible] N: 104 —
[illegible] N: 38 —
Franco
[illegible]

Abbildung 6: Transportbrief, zweite Seite
Quelle: Firmenarchiv Gebrüder Weiss, Lauterach, Signatur: A.I.b.1.50. Für die Erlaubnis zur Abbildung danken wir dem Firmenarchiv Gebrüder Weiss.

Transportbrief, der dann dem nächsten Frachtführer auf dem Weg nach Süden mitgegeben wurde. In der Praxis waren die Spediteure wohl manchmal auch noch per Brief instruiert, an wen sie die Weiterversendung vornehmen sollten. Theoretisch aber reichte das auch schon bei den Salviati auffindbare Geschäftszeichen: Damit wussten die Spediteure, auf welchen Empfänger sie den neuen Frachtbrief, dann auf Italienisch, ausstellen mussten. Die Verrechnung der Speditionskosten nahmen die Spediteure durch Barzahlung an die Fuhrleute einerseits, durch Wechselzahlung mit Scheidlin, von

Eberz & Comp. andererseits vor. Diese Firma stellte den Mailändern Adressaten die Frachtkosten nicht in Rechnung, wobei sie natürlich implizit im Einkaufspreis der jeweiligen Waren mit inbegriffen waren.

Ein Transport über Meer, wie hier eingangs vorgestellt, erscheint im Vergleich zu dem System an Land noch ›relativ‹ unkompliziert, da der Kapitän das Schiff über besonders weite Strecken von Hafen zu Hafen bewegte und hier die Ware an zuvor festgelegte Geschäftsfreunde übergab. An Land wirkten diese Vorgänge auf den ersten Blick komplexer: Hier kamen im frühneuzeitlichen Europa immer rasch die nächste Zollstelle, die nächste politische Herrschaft, der nächste Rechtskreis und die nächste Sprache oder wenigstens der nächste Dialekt als Hindernis dazwischen. Ganz abgesehen von diesen äußerlichen Beschwernissen war ein durch die Muskelkraft von Tieren angetriebener Transport auf seine eigene Art von Schwierigkeiten der Versorgung mit Futter, Wegen von höchst unterschiedlicher Qualität oder der notwendigen Reparatur von Fahrzeugen geprägt.[6] Diese Nachteile fanden aber einen gewissen Ausgleich in der Unabhängigkeit vom Wind als Antriebskraft und der geringeren Koordinationslast durch den Wegfall einer Schiffsmannschaft. Zudem fand auch zu See der Verkehr in Abhängigkeit von gerade verfügbarem Schiffsraum statt, und häufig mussten sich die Händler an feste Routen mit Zwischenstationen anpassen. Auf der systemischen Ebene war der Seehandel im Wesentlichen genauso organisiert wie der Landhandel. Ausfallrisiken traten sowohl beim Seetransport durch die Piraterie oder Havarie auf als auch beim Landhandel durch Wegelagerei oder kriegsbedingte Blockaden.[7]

Theoretisch durfte ein einzelner Frachtführer in epidemiefreien Zeiten mit seiner Fracht durch ganz Europa reisen – solange er die vorgeschriebenen Wege nutzte und die entsprechenden Zölle bezahlte. In der Praxis war der Fernverkehr mit einzelnen Wagen aufgrund der technischen Bedingtheiten der Frühen Neuzeit eine große Ausnahme. Daher bildete sich bereits im Mittelalter der Brauch aus, dass Spediteure mit ihren Frachtführern jeweils bestimmte Wegabschnitte bedienten. Sie taten dies nach einem eigenen Fahrplan, der zwar tendenziell zur Mitnahme möglichst großer Warenmengen ›optimiert‹ wurde, dennoch notwendigerweise Ungleichzeitigkeiten mit den jeweils andockenden Frachtlinien anderer Spediteure aufwies. Dabei ergaben sich bis ins 19. Jahrhundert nicht selten von herrschenden Instanzen gestützte Monopolpraktiken. Im Alpenraum konnten sich diese in Form der sogenannten »Rodfuhr« verfestigen, bei Flüssen als sogenannte

»Reihe- oder Rangfahrt« von meist nach bedeutenden Zentralorten benannten Schifferzünften.[8]

Aufgrund der Nähe der Aufgabenfelder boten sich nicht selten Spediteure zugleich als Kommissionäre an: Die Speditionsunternehmer erwarben die Güter an einem Ort auf einem Beschaffungsmarkt und erschienen auf diese Weise als Zwischenhändler, die die Waren dann an einem anderen Ort verkauften. Oft verknüpften solche Unternehmen überdies Warenkreditgeschäfte mit der Auslieferung von Gütern, indem sie die Vorfinanzierung des Warenverkaufs als Kreditleistungen übernahmen. Manche von ihnen konnten sich dadurch eigens in herausgehobene Positionen mit starker Nähe zur jeweils herrschenden Instanz bringen.[9]

Wie konnten nun Spediteure auf den Zwischenabschnitten, die eventuell weder Versender:innen noch Empfänger:innen kannten, den Weitertransport effektiv organisieren? Dies ging durch die Zusammenfügung der Waren verschiedener Spediteure an verschiedene weitere Instanzen. Werner Baumann hat einmal eine typische transalpine Frachtkette des Jahres 1840 folgendermaßen dargestellt:

<table>
<tr><th>Strecke</th><th>Zwischenspediteur</th><th>Spediteur</th></tr>
<tr><td>Frankfurt – Basel</td><td>Frankfurter Spediteur</td><td rowspan="6">Knörr & Sohn, Luzern</td></tr>
<tr><td>Basel – Luzern</td><td>Alioth & Co., Basel</td></tr>
<tr><td>Luzern – Altdorf</td><td>Knörr & Sohn, Luzern</td></tr>
<tr><td>Altdorf – Airolo</td><td>Crivelli & Co., Flüelen</td></tr>
<tr><td>Airolo – Magadino</td><td>Jorni & Dotta, Airolo</td></tr>
<tr><td>Magadino – Sesto</td><td>Antognini & Ruffoni, Magadino</td></tr>
<tr><td>Sesto – Mailand</td><td>G. Mangilli, Mailand</td><td rowspan="2">G. Mangilli, Mailand</td></tr>
<tr><td>Mailand – Genua</td><td>G. Mangilli, Mailand</td></tr>
</table>

Das Luzerner Speditionshaus Knörr & Sohn war in diesem Fall von den Frankfurter Händlern beauftragt worden, die Fracht zur Mailänder Filiale der genuesischen Firma G. Mangilli zu überführen. Der Frankfurter Händler stand hier nur mit den Luzernern in Kontakt, die selbst wiederum vertragliche Bindungen mit den Zwischenspediteuren hatten. Spezifische Instruktionen für diese Frachtfuhre mussten theoretisch nicht gegeben werden, da die Zwischenspediteure ›automatisch‹ bei der Ankunft der Ware zusammen mit dem Frachtbrief – wohl ähnlich dem von Abbildung 5 – ihre Vertragsverpflichtungen erfüllten. Baumann spricht von einem »Relais-System«.[10]

Die Handelsleute an beiden Enden des Systems mussten dabei den Weg der Ware theoretisch nicht sehen oder kennen. Selbst die Zwischenspediteure hatten nicht notwendigerweise den gesamten Überblick über den Weg, den das Transportgut zurücklegte und wer es auf verschiedenen Abschnitten transportierte (→Kaufen). In spezifischen Papieren der Zwischenspediteure organisierten diese den Warenzug durch ihre eigene Spedition. Dies sah modellhaft so aus, wie das nachfolgend wiedergegebene ›Durchlaufdokument‹ veranschaulicht.

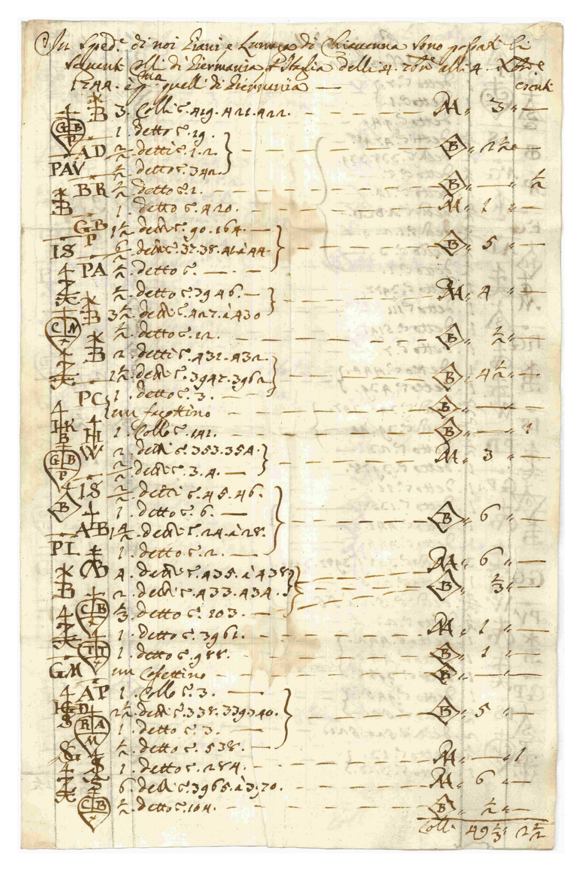


Abbildung 7: Durchlaufdokument der Spedition Giani-Lumaga
Quelle: Privatbesitz. Wir danken Erwin Dirnberger (Andeer) für die Abbildungserlaubnis.

Dieses Dokument aus dem Jahr 1744 stammt von der Spedition Giani-Lumaga, die in Chiavenna ihren Sitz hatte. Auf der linken Seite sehen wir die Händlerzeichen der Versender, auf der rechten wird die Empfängerseite symbolisiert. Die Buchstaben zeigen dabei die Vornamen des Speditionsinhabers an. Das Symbol für Giani-Lumaga hatte auch ein »GL« eingefasst. In der Mitte sieht man die Anzahl der »colli«, also Pakete, die nur nach ihren Nummern identifiziert werden. Rechts kommen die Symbole der weiteren Spediteure oder Händler. Hier sind das nur »AA« und »B«. Es folgen die Transportkosten in den letzten zwei Spalten. Die wesentliche Operation des Zwischenspediteurs war die Bündelung der einzelnen Produkte an verschiedene Empfänger, hier durch die geschweiften Klammern ausgedrückt, die eine Systematisierung der Frachtflüsse über seine einzelnen Frachtführer bedingte. Dank des Warenbegleitscheins mit der durch die Handelszeichen und meist auch durch die aufgrund des vollen Adressatennamens eindeutigen Zielangabe wussten die Zwischenspediteure jeweils, an wen sie das Transportgut zu übergeben hatten. Dementsprechend bündelten sie die Produkte und reichten sie an Frachtführer mit den entsprechenden Zielorten weiter.

Das System im Fernverkehr war komplex und erforderte einen hohen Grad an Koordination: Die Frachtinstruktionen und Bezahlanweisungen waren ein wesentlicher Teil des in der Frühen Neuzeit stark anwachsenden Briefverkehrs.[11] Zugleich waren die Koordinierungsleistungen für den Warentransport aber auch ›maximal‹ schlicht: Die einzelnen Speditionen erhielten Schreiben mit den nummerierten Ballen und klaren Anweisungen. Theoretisch musste ein Transportunternehmen nur mit den haftenden Kaufleuten, aber nicht mit den Produzent:innen und auch nicht den Endkund:innen kommunizieren. Mit den haftenden Kaufleuten mussten nicht einmal die Zwischenspediteure korrespondieren. Zur Fehlerverminderung sind ›Querkorrespondenzen‹ von Anfangs- und Endhändlern zu Spediteuren und Zwischenspediteuren dennoch in der Praxis häufig geschehen. Dies war aber ›nur‹ eine weitere Absicherungsebene eines regelbasierten Transportwesens. Man kann daher von einem etablierten System des transkontinentalen Verkehrs sprechen, welches substanziell auf eingespielten Verbindungen gründete. Die Warenbewegung über Land ließ sich auf diese Weise von den Händler:innen kalkulieren. Fehler geschahen nicht übermäßig häufig, und die Ankunftszeiten schwankten typischerweise nur um wenige Tage.[12]

Nicht selten ist zu beobachten, dass sich die über die Spediteure geknüpften Lieferketten in Seriengeschäften organisierten. Durch Spezialisierung konnte der Aufwand bei der Koordination der Abläufe geringgehalten und damit eine Vertrauensbasis für die Fortsetzung der Geschäfte geschaffen werden. Inwieweit die Spediteure des Spätmittelalters und der Frühen Neuzeit durch ihre Preise in Konkurrenz zueinander traten, ist im Einzelfall schwer nachzuvollziehen. Das Eingangsbeispiel des Schiffers Pierre Tornier verweist auf die konkrete Vorstellung von raumzeitlicher Überbrückung und zu entrichtendem Preis unter Bedingungen des Wettbewerbs. Charakteristisch für das Speditionswesen erscheint die wenig eindeutige Situierung zwischen eher statischen Handelsbeziehungen und dynamischen Marktbeziehungen.

Im Vergleich zur Landspedition war der Transport über See weitaus schwieriger zu berechnen, weil eine Reihe von Unbekannten – widrige Wettererscheinungen, technisches Versagen, Piraterie – in die Kalkulation einfloss. Um sich gegen die entsprechenden Risiken abzusichern, vereinbarten die beteiligten Unternehmen die Deckung von (Zahlungs-)Ausfällen durch Versicherungsleistungen und bildeten Gelegenheitsgesellschaften für die vertraglich festgeschriebene Vergesellschaftung ihrer Investitionen.[13] Transportversicherungen im Landverkehr wurden erst im späten 18. Jahrhundert – und zunächst nur auf Flüssen – gängig, während es sie im Seeverkehr bereits seit dem späten 14. Jahrhundert gab.[14] Aufgrund des hohen finanziellen Aufwandes für den Transportvorgang gelangten die Kaufmannbankiers dabei zu komplexen Refinanzierungskonzepten. Eine gesamte Schiffsladung wurde zumeist in Partialcharterverträgen zusammengesetzt, weil sich mehrere Handelsleute an einer Partie beteiligten und selten eine einzige Unternehmung eine gesamte Fracht aufbrachte – nicht zuletzt um Ausfallrisiken zu vermindern.[15]

Die konstitutiven Praktiken des Transportierens waren demnach auf drei Ebenen wesentlich für die Entwicklung von Marktgeschehen: Erstens mussten Waren auf unterschiedlichen Wegen zu Märkten transportiert oder zu bestimmten Marktterminen verfügbar werden (Praktiken des Transports für konkrete Märkte). Gleiches galt für jede Art der Lieferung. Hier ist der grundlegende Ansatz für die Lieferung von Gütern auf unterschiedlichen Transportmitteln wie Maultieren, Karren, Flößen, Barken oder Schiffen zu sehen. Zweitens konkurrierten Spediteure und Transportwege miteinander, um die auf den Beschaffungs- und Absatzmärkten gehandelten Güter zu liefern und auch ein erweitertes Leistungsspektrum anzubieten (konkre-

te Praktiken auf Transportmärkten). Drittens wurde der Transport selbst zum Objekt für Praktiken des Handelns auf Märkten, wie etwa bei der Spekulation auf Lieferungstermine oder bei der Finanzierung der großen Handelsgesellschaften. Der Handel mit Versicherungen, zumindest im Bereich des Transports zur See, bedeutete zum einen die Verarbeitung von Risiken der Spedition in einem eigenen Marktgeschehen; zum anderen markiert er die Spezialisierung von Handels- und Bankgesellschaften, die in der Regel selbst im maritimen Fernhandel aktiv waren.[16]

Auf der ersten und der zweiten hier genannten Ebene führten die Praktiken des Transportierens Märkte zusammen, da die auf Märkten und auf Marktplätzen gehandelten Güter, Personen und Informationen durch das Spedieren in der Weise bewegt wurden, dass die Speditionswege ein überregional verflochtenes Marktgeschehen erzeugten (→Kaufen).[17] Die dritte Ebene, diejenige des Versicherungshandels oder der Spekulation auf Liefertermine, konstituierte Sekundärmärkte, die sich an die Refinanzierung des Transportierens von Gütern anlagerten und in die Wechselmärkte eingebettet wurden.

Darüber hinaus lässt sich noch eine grundlegende Beobachtung zu den Marktpraktiken des Mittelalters und der Frühen Neuzeit machen: ›Der Spediteur‹ als Unternehmertyp war im 13. und 14. Jahrhundert gewissermaßen im Gefolge der Kommerziellen Revolution (früher in Süd-, später in Nordeuropa und immer in Abhängigkeit von den spezifischen Waren und Reichweiten) entstanden, als ›der Kaufmann‹ seine Waren nicht mehr selbst begleitete und sich ›fest‹ ansiedelte.[18] Spediteure waren per definitionem eigentlich keine Operateure auf raumzeitlich fixierten Märkten. Vielmehr erschienen sie als Vermittler. Bereits im 16. Jahrhundert wurden im Handel zwischen Italien und Deutschland Stoffstücke an Briefe angeheftet, die im Ziel zu einem über die Ferne abgeschlossenen Kaufvertrag und darauf zum Versand über die Spedition führen sollten.[19] Im Transport zur See tat sich der niedergelassene Kaufmann als Investor mit einem Agenten, der den Warentransport per Schiff versah, zusammen. Der reisende Agent verkörperte geradezu die Verknüpfung der Refinanzierung von Warenhandel mit dem Spedieren und den Absatzmärkten.

Damit stand der Spediteur von Anfang an in einem latenten Gegensatz zum festen Markt mit Termin und Ort. Denn seine Aufgabe bestand zuvörderst in der Mobilität, durch welche Marktplätze verbunden und beschickt wurden. Auf den regulären Märkten operierten Händler:innen oder wenigstens deren Handlungsdiener. Dass Spediteure raumzeitlich fixierte Märkte

dennoch bis ins frühe 18. Jahrhundert beförderten, lag daran, dass der ›reine‹ Spediteur erst in diesem Jahrhundert deutlich zum Vorschein trat, während zuvor Spediteure oft faktisch als Kommissionäre auf Märkten operiert hatten. Je besser jedoch der Versandhandel wurde, desto eher trat die einstige Personalunion von Kommissionär und Spediteur in den Hintergrund.

Die tendenziell zunehmende Dichotomie von Spediteuren und festen Marktplätzen ist in einem Zitat des Gouverneurs von Tirol aus dem Jahr 1787 gut erfasst. Er sah eine Bedeutungsverlust der Bozner Messen als Resultat einer zunehmenden Verbesserung des Speditionshandels:

> »Je richtiger und ordentlicher [...] die Privat-Correspondenzen gepflogen werden; je häufiger die beträchtlicheren Kaufleute und ihre Commis selbst reisen; je genauer die Musterkarten verfertiget, je mehrere Vorsichten selbst von den Staaten angewendet werden, daß die ausführende Waare ächt und von der gehörigen Güte sei; je bündiger, schneller und gleichförmiger endlich die Rechtspflege wird: um desto seltener werden die persönlichen Zusammenkünfte der Handelsleute auf den Marktsplätzen erfordert. Ein solcher Marktplatz artet demnach in dem Verlaufe der Zeit nur in einen Versammlungsort kleinerer, von den benachbarten Gegenden und Staaten zusammentreffenden Käufern aus [...]. Daher entstehet es, daß man nie von den grossen Messen in England oder Holland reden höret und daß Orte, die ihrer Lage wegen, wie z.B. Livorno, Triest, Pettau, Villach u.s.w. zum Handel geeignet sind, grosse Handlungs-, Spedizions- und Spekulazionsplätze werden, wenn auch kein einziges Marktgewölb daselbst geöffnet wird«.[20]

Die Bozner Messen wandelten sich in diesen Jahren stark zu einer Form der ›Mustermesse‹, sie entkoppelten sich also vom raumzeitlich gebundenen Warentausch. Sauers Zitat bringt einen Sachverhalt auf den Punkt, der sich spätestens seit dem frühen 16. Jahrhundert angedeutet hatte – wie das am Beginn vorgestellte Zitat ausweist. Markt bedeutete im Verlauf der Frühen Neuzeit aufgrund der steigenden Leistungsfähigkeit des Speditionsgewerbes zunehmend eine abstrakter werdende Konkurrenz um Knappheitsgüter: und dies gerade auch zwischen den Spediteuren selbst.

Heinrich Lang / Magnus Ressel



Verbieten und verknappen

Verbotspraktiken wie das Zensieren führen nicht zwingend dazu, dass Waren unverfügbar sind. Die Versuche, das Angebot zu verknappen, indem man Produktion, Verkauf oder Weiterverkauf von Waren kontrolliert, können umgekehrt zu einer gesteigerten Nachfrage und zum Ausloten möglicher neuer Märkte führen.

Zu Beginn der 1780er Jahre erlebte der bis dahin allgemein als eher beschaulich bewertete Buchhandel in der Kaiserstadt Wien etwas, das Zeitgenossen wie der Schriftsteller Johann Pezzl als einen geradezu bedrohlichen Umbruch beschrieben:

> »Wie ein Sturmwind aus Süden oft in den öden Sandwüsten des inneren Afrika ein Heuschrekenheer emporhebt, und plözlich über eine ruhige Provinz hinschleudert: so hob das kaiserliche Handbillet über die Preßfreiheit im J. 1781 aus den öden Köpfen selbstgefälliger Müssigänger jenes bekannte unzählbare Broschürenheer empor, und ließ es auf das erstaunte Wien niederregnen.
>
> Vom Tage dieser Federnfreiheit bis zu Ende des August 1782 waren schon über tausend solcher Heftlein erschienen«.[1]

Pezzl stellt somit einen direkten Zusammenhang zwischen einer neuen, weitgehenden Freigabe der Buchproduktion in Wien und dem Aufkommen eines neuen literarischen Genres her, der sogenannten Broschüre.[2] Auch Alois Blumauer gibt an, dass allein in den ersten 18 Monaten nach Lockerung der Zensur durch Joseph II. nicht weniger als 1.170 dieser Gelegenheitsschriften erschienen und binnen kürzester Zeit mehrere Auflagen erzielten.[3] Doch nicht nur Pezzl und Blumauer beschreiben, dass Broschüren zum einen dem praktischen Markthandeln eine neue Dynamik verliehen und zum anderen dem Publikum neuartige Inhalte boten, da sie aktuelle Themen aufgriffen und aufeinander in Form von Widerspruch, Zustimmung, Beleidigung und Verteidigung wechselseitig Bezug nahmen.

Ein Beispiel hierfür ist der immense Erfolg des Satirikers und Hofagenten Johann Rautenstrauch. In seiner Kritik *Ueber die Stubenmädchen in Wien* (1781) stellte er anschaulich die erotischen Reize der Dienstmägde dar, um so indirekt die übertriebene und angeblich unattraktive Künstlichkeit der vornehmen Damenwelt Wiens zu tadeln. Sein Werk zog derart viele Texte nach sich, dass Zeitgenossen von einer eigenen, kommerziell sehr erfolgreichen ›Stubenmädchenliteratur‹ sprachen. Hierzu gehörten auch offensive Gegenschriften wie: *Dem Verfasser des Büchls ueber die Stubenmädchen etwas auf die Nase – von Theresia M. einem Stubenmädchen.* Da die einzelne Broschüre für nur zehn Kreuzer verkauft wurde und sich eine Auflage erst ab etwa eintausend Exemplaren rechnete, lag für die Verleger in diesem neuen Genre nur dann eine Chance, wenn es ihnen gelang, viele rasch erscheinende neue Titel in hoher Stückzahl auf den Markt zu bringen und die Kundschaft auf sie aufmerksam zu machen (→Bewerben).[4] Dies hatte konkrete Folgen sowohl für die Produktion als auch für den Verkauf, die beide in Wechselwirkung mit der Zensur standen.

Zum einen wurden im vorderen Bereich eines Buchladens abverkaufte Ausgaben unmittelbar in der anliegenden Druckerei nachproduziert. Wenn sich außerdem ein Text derart gut verkaufte, dass Neuauflagen gefragt waren, setzte sich oft sogleich mehr als ein Autor an eine Gegen- oder Folgeschrift – im Haus desselben Druckerverlegers oder auch bei der Konkurrenz – und schickte sein neues Werk unmittelbar nach Fertigstellung mit Eilboten zur Zensurbehörde. Dort musste trotz aller Lockerung noch immer eine formelle Prüfung erfolgen, die eine schnelle Verbreitung und raschen Profit verhindern konnte, wie Johann Pezzl betont: »Die Druckereien konnten die Preßbengel nicht schnell genug drehen, die Zensoren lasen sich die Augen müde an den Manuskripten-Ladungen, die täglich und stündlich auf der Zensur einliefen. Sie waren damals in der That die geplagtesten Leute in Wien; Sie mußten *ex officio* jeden Quark lesen, auch der nicht gedrukt wurde«.[5] An der beklagten Überlastung zeigt sich, dass von Seiten der Verwaltung die durch Lockerung der Zensur entstandene Arbeitsmenge und Marktdynamik unterschätzt wurde. Dies ist nicht verwunderlich, da bis in die 1770er Jahre die *materiae mixtae*, also philosophische und populäre Schriften, von einem einzigen Zensor – erst seit 1772 besoldet – mit einem Hilfsleser zusätzlich zu allen medizinischen Publikationen geprüft worden waren.[6] Nach der Reform von 1781 standen immer noch nur etwa ein Dutzend Zensoren für alle Publikationen zur Verfügung, die jetzt in ihren Privatwohnungen Schriften durchsahen und die Broschüren entsprechend den lo-

ckeren Vorschriften meist unbeeinträchtigt passieren ließen. Dennoch waren der eilige Gang zur Zensurstelle, welche die Werke an die Zensoren weitergab, und deren Tätigkeit in Wien erstmals Bestandteil eines dynamischen Produktionsprozesses geworden. Zensur war somit kein Feind der Literaten und Verleger, sondern Teil der literarischen Alltagswelt. Und vermutlich ließ sich auch in Wien, wie Robert Darnton für die französische Zensur nachgewiesen hat, durch Beziehungen zu Zensoren oder Protektion die Wartezeit auf das notwendige Votum vermindern.[7]

Zum anderen konkurrierten die Wiener Druckerverleger trotz des Fehlens eines gemeinsamen physischen Marktplatzes durch gegenseitige Wahrnehmung um Kundschaft, welche die neuen Broschüren in ihren jeweiligen Geschäften erwarb. Die besonderen Bedingungen der ›Broschürenflut‹, in der wie von Pezzl beschrieben die Aktualität der Texte und ihre wechselseitige Bezugnahme verkaufsentscheidend waren, machten es notwendig, Trends zu erkennen, zu nutzen oder sogar zu generieren. Solch eine Orientierung am Interesse des Publikums stand wiederum in Wechselwirkung mit einer gezielten, tagesaktuellen Werbung, die nun wichtiger wurde als zuvor. Hierfür war zunächst der schon vorher übliche, auf die Broschüren gedruckte Hinweis auf den Verkaufsort zentral. Die erste Auflage der *Stubenmädchen in Wien* war laut Titelblatt »zu finden bey Sebastian Hartl, in der Singerstraße neben St. Stephanstor«. Jedes Exemplar, das irgendwo auslag, warb somit für einen spezifischen Buchladen. Als zusätzliche, neue Werbemethode hingen Verleger nun an Kreuzungen und öffentlichen Orten ständig aktualisierte sogenannte ›Hezzettl‹ aus, die auf ihre Neuerscheinungen hinwiesen, und ließen ihre Novitäten an belebten Orten von Ausrufern ankündigen. Die Konkurrenz zwischen den unterschiedlichen Anbietern war somit räumlich vom Verkaufsort getrennt und spielte sich dort ab, wo Werbung auf die Kundschaft traf – beispielsweise, wenn an einer Kreuzung mehrere ›Hezzettl‹ und Ausrufer im direkten Wettstreit neue Titel bewarben (→Kaufen). In der Mitte der 1780er Jahre konkurrierten in Wien auf diese Weise zwanzig Druckereien mit angeschlossener Buchhandlung und fünf lizenzierte Buchhändler um die Käuferschaft.[8] Für den Verkauf einer Schrift war allerdings die vorherige Genehmigung noch bis 1787 unumgänglich. Man durfte zwar straffrei für das eigene Lager drucken und werben, aber der Verkauf ohne Lizenz selbst war eine Straftat. Somit lässt sich erkennen, wie das Zensieren einerseits und das Bewerben und Verbreiten andererseits als Praktiken des Buchmarktes zusammenhingen. Die Lockerung des einen schafft neue Dynamik für das andere.

In kommerzieller Hinsicht war die Reform Josephs II. insofern zunächst ein Erfolg, was durchaus den merkantilistischen Idealen des Herrschers entsprach, wonach der Buchhandel ebenso für den Staat nützlich sein und einfach organisiert sein musste wie alle anderen Warenmärkte. Joseph schrieb: »Um aber Bücher zu verkaufen, braucht er keine mehrere Kenntnisse, als um Käse zu verkaufen, nämlich ein Jeder muss sich die Gattung von Büchern oder Käse anschaffen, die am mehrsten gesucht werden, und das Verlangen des Publicums durch Preise reizen und berücken«[9] (→Marktwissen drucken). Eine Lockerung der Zensur bedeutete damit eine Angleichung des Buchmarktes an die Bedingungen von Angebot und Nachfrage anderer Warenmärkte und war eine willkommene Möglichkeit, den ökonomischen Nutzen zu erhöhen.

Es würde jedoch viel zu kurz greifen, Zensur einfach nur als eine historisch zu überwindende Begrenzung expandierender Märkte zu verstehen. Vielmehr verfolgte auch Joseph II. weitere Ziele mit seiner Reform und hatte konkrete Erwartungen an die neue Zensur und den Handel. Zum einen hatte er mit seinem Handbillet und dem Zensurdekret von 1781 zwar weitgehende Freiheiten gewährt, aber keineswegs ein Ende der Zensur verfügt. Für ihn war essenziell, dass die Wiener Behörde in engem Austausch mit dem dynamischsten Buchhandel seiner Monarchie jetzt für alle anderen Landesteile verbindliche Entscheidungen traf. Die Entwicklung in Wien bestimmte laut diesem Dekret somit die Rahmenbedingungen aller anderen lokalen, deutlich kleineren Buchmärkte in Österreich.[10] Dies galt umso mehr, als nun alle parallel bestehenden kirchlichen Indizes in der Habsburgermonarchie abgeschafft wurden, so dass fortan nur noch die offiziellen, beamteten Zensoren die Kontrolle des Buchmarktes als eine staatlich verstandene Aufgabe ausübten. Dabei behielt sich Joseph aber auch vor – ganz nach seinem Selbstverständnis als Alleinherrscher –, persönlich Autor:innen zu sanktionieren und auch nachträglich Verbote zu erlassen, die in allen österreichischen Ländern galten. Die Richtlinien waren weitgehend gelockert, um insbesondere Schriften, die Missstände kritisierten, zu ermöglichen. So heißt es im Dekret: »Kritiken, wenn es nur keine Schmähschriften sind, sie mögen nun treffen, wen sie wollen, vom Landesfürsten an, bis zum Untertan, sind nicht zu verbieten«.[11] Somit konnten die Publikationen seine eigene Reformpolitik unterstützen, die er als Bruch mit tradierten Missständen inszenierte.

Auch wenn sich auf dem Buchmarkt anfangs entsprechende Schriften erfolgreich verkauften, so dominierte in der Praxis bald eine Nachfrage nach

Satiren über frivole Themen und speziell über die Unsitten der Oberschicht, Schriften über Freimaurer und Verschwörungen oder ironische Anklagen gegen Handwerker und Amtsträger. Daher beklagten die meisten prominenten Aufklärer wie Alois Blumauer einen moralischen und stilistischen Qualitätsverlust und eine Entgrenzung des Schriftstellerberufes:

»Lesen und Schreiben können machte sonst die erforderlichen Eigenschaften des gemeinen Mannes aus, der bloß von Handarbeit lebt; itzt scheinen sie hinreichend, den Beruf des Schriftstellers zu machen, und so ist die Schriftstellerey zu einem Handwerk geworden, in dem jeder pfuscht, der gesunde und schreibfähige Hände hat. Pfuscherey veranlaßte von jeher den Verfall der Künste und Handwerke. Die wohlfeile, wiewohl schlechte Waare des Pfuschers, verschlägt die besser gearbeitete Waare des kunstgerechten Meisters«.[12]

Für Blumauer war insofern durch die Lockerung der Zensur nun der Buchmarkt denselben Problemen ausgesetzt wie andere Warenmärkte. Was Joseph II. für nützlich erachtete, war für ihn eine Katastrophe, weil mit dem ›Heuschreckenheer‹ der Broschüren auch der Beruf des Schriftstellers in Misskredit gebracht wurde.

Diese Dynamisierung des Buchmarktes hielt allerdings in Wien nicht lange an. Zum einen wurden nach 1784 zunehmend Texte als vulgäre Schmähschriften verboten, zum anderen sank die Nachfrage nach Broschüren, da der Markt offenbar übersättigt war und die Texte wegen geringer inhaltlicher Qualität in Verruf gerieten.[13] Auch eine zeitweilige Aufhebung der Vorzensur in Wien im Jahr 1787 konnte daran nichts mehr ändern, zumal der Kaiser einzelne Schriften rückwirkend mit hohen Sanktionen für einzelne Autor:innen verbot, nachdem es zu Spannungen um seine Reformpolitik und Unruhen in einigen Ländern der Monarchie gekommen war. Die Versprechen des Marktes, die an eine Lockerung der Zensur geknüpft wurden, hatten sich somit kommerziell und ideell nur in Teilen erfüllt. Ihr völliges Ende kam als Reaktion auf die Französische Revolution bereits in den ersten Tagen des Jahres 1790. Damit endeten ein bemerkenswertes Experiment der Aufklärung und eine Phase neuartiger Dynamik in der Geschichte des Wiener Buchmarktes.

Im Gegensatz zu solch einer Lockerung wird die Radikalität früherer Zensurpraktiken an einem anderen Beispiel deutlich. Auf dem Titelkupfer des *Index Librorum Prohibitorum*, dem Verzeichnis der verbotenen Bücher der römischen Inquisition, erscheint in der Ausgabe von 1711 in der oberen Bildmitte der Heilige Geist in der typischen Gestalt einer Friedenstaube und in einer Aureole (Abb. 8). Die ihn rahmenden Engelsfiguren sehen zu, wie



Abbildung 8: Titelkupfer des »Index Librorum Prohibitorum«
Quelle: Index Librorum Prohibitorum. Usque ad Annum M.DCCXI Regnante Clemente XI. Rom: Ex Typographia Rev[erenda] Cam[era] Apost[olica] 1711, Titelblatt, unpag., Sign.: BSB München, N.libr. 157.

zwei Lichtstrahlen von der Brust der Heiligen Petrus und Paulus reflektiert und auf einen Bücherstapel gelenkt werden, der in Flammen aufgeht. Und um keine Missverständnisse darüber aufkommen zu lassen, mit welcher Publikation man es hier zu tun hat, ist die Figur des Paulus auf der rechten Seite zudem mit einem Richt- oder Henkerschwert ausgestattet. Das Titelkupfer verweist auf eine durchaus gängige und keineswegs nur bildlich zu verstehende Zensurierungspraxis der Bücherverbrennung oder der Buchexekution, die schon in der Apostelgeschichte (19,19) verbürgt ist, in dem sich frühneuzeitlich ausweitetenden Druck- und Pressewesen aber zunehmend auch den Buchmarkt betrifft. Denn der *Index* verbotener Bü-

cher listet ähnlich wie die anderen Indices, Register und Kataloge zunächst einmal verfügbare Titel, die nun aber aufgrund der ordnungspolitischen Limitierung bei Sammlern eine größere Aufmerksamkeit erhalten und ihre Attraktivität auf dem Markt steigern können.[14] Für eine solche Buchhinrichtung – diesseits der emblematischen Aufladung des Titelkupfers und ganz unabhängig von der konfessionellen oder politischen Begründung eines Zensuraktes – ist freilich nicht der Heilige Geist verantwortlich. In Österreich etwa findet bereits 1668 die erste öffentliche Bücherverbrennung durch einen Scharfrichter statt. Um 1760 wird diese Praxis offiziell abgeschafft und in Wien durch das gemeinsame Zerreißen missliebiger und beschlagnahmter Exemplare in der Zensurkommission ersetzt.[15]

Das Verbrennen von Büchern interessiert hier als eine diskursübergreifende Praxis zur Regulierung des Marktes, die im monarchischen, katholischen Wien ebenso betrieben wird wie beispielsweise in der freien, protestantischen Reichsstadt Hamburg. Das wird ersichtlich an einem Gerichtsbeschluss aus Hamburg, der im Kontext der dortigen »Streitschriftenflut«[16] steht, die als komplementär zur Wiener ›Broschürenflut‹ gelten kann. Der Bericht handelt vom lutherisch-orthodoxen Gymnasialprofessor Sebastian Edzard (1672–1736), der als wichtiger Akteur im Fakultätenstreit mit den Pietisten der Universität Halle fungierte und bis 1729 »mindestens 133 gedruckt erschienene Schriften«[17] verfasste, wovon einige öffentlich auf dem Marktplatz verbrannt worden sind. Solche Exekutionen sind für Edzards Texte belegt etwa für den 10. April 1705 und den 12. September 1729.[18] An diesem zweiten Datum kam der Fron, also der Gerichtsdiener »mit seinen 2. Knechten, die einen eisern Schapen mit glühenden Kohlen trugen, und solchen auf den ehrlosen Block setzten, an«. Daraufhin bilden Soldaten einen Halbkreis, und eine »Schand-Glocke« wird zum ersten Mal geläutet. Der Fron verliest den gerichtlichen Beschluss, dass die Schrift mit dem Titel »Verzeichniß allerhand Pietistischer Intrigen, und Unordnungen in Littauen, vielen Städten Deutschlandes, Hungarn und America« des pseudonymen Autors »Johann Jeverum Wieburgensen« gesetzeswidrig »nicht nur hiesigen Orts in den Buch-Läden ausgestreuet, distrahiret, und unter die Leute gebracht, sondern auch vielfältig, zu desto mehrer und geschwinder Ausbreitung des darinnen verborgenen Giffts, auswärtig ausgeschicket worden«. Diese »Charteqve« stamme von einem »boßhafftigen Concipienten« und müsse »zu unauslöschlicher Schande« durch den Fron »auf dem ehrlosen Blocke« verbrannt werden. Zudem müsse dieser Beschluss in den »öffentlichen Zeitungen« mitgeteilt werden. Die Schand-

glocke ertönt ein zweites Mal, »und der Frohn schmiß den ersten Bogen ins Feuer, dann wieder einige Bogen, und zuletzt den Rest. Da man zum 3ten mahl gelautet«.[19]

Der Bericht schildert die öffentliche Verbrennung eines Druckwerks als radikale Praxis einer Nachzensur. Edzards pseudonyme Flugschrift richtet sich gegen die Pietisten in Deutschland und anderen Ländern und wird vom Hamburger Gericht als ein Pasquill und ›beleidigendes Büchlein‹ (*libellus famosus*) eingestuft, also als eine zumeist ungebundene Publikation, die »zur Ehren-Verletzung eines andern ist verfertiget worden«.[20] Zugleich rückt das Pasquill in die Nähe eines unbestätigten Gerüchtes, also in die Nähe der Fama. Im vorliegenden Beispiel wird der Versuch unternommen, Edzards Schmähung gegen die Pietisten aus den Hamburger Buchläden zu tilgen. Die öffentliche Verbrennung von Druckwerken ist vornehmlich ein symbolischer Akt, der die tatsächliche Verbreitung vor allem von kulturpolitisch motivierten Flugschriften oder Pasquillen kaum eingeschränkt, sondern eher zu einer erhöhten Nachfrage geführt haben dürfte. Exakt quantifizieren lässt sich das in den meisten Fällen zwar nicht; Edzard allerdings lässt auf die Verbrennung mehrere polemische Schriften gegen die pietistischen Maßnahmen folgen. 1733 wird er deshalb von seiner Professur für drei Jahre suspendiert und erhält ein Publikationsverbot.

Jenseits dieser ›vergifteten‹ Auseinandersetzung in der theologischen Debatte zwischen Lutheranern und Pietisten fallen die rigiden Zensurpraktiken auf, die der Buchmarkt evoziert. Denn die Verbreitungspraxis des Marktes vollzieht sich ungeachtet der jeweils ›richtigen‹ oder ›falschen‹ Inhalte einer Lehre. Insofern lässt sich die wechselseitige Bezugnahme von Rede und Gegenrede, Zustimmung und Ablehnung und – als radikale Konsequenz – von Veröffentlichung und Verbrennung auch hier beobachten. Ähnlich wie die körperliche Bestrafung eines Delinquenten, für die in der Frühen Neuzeit beispielsweise die Peinliche Gerichtsordnung Karls V., die sogenannte *Carolina* von 1532, exemplarische Vorschriften festhält, ist die materielle Buchvernichtung ein öffentlich-zeremonieller Akt, der einem minutiösen Ablaufplan folgt. Die halbkreisförmige Aufstellung der Soldaten, das dreimalige Schlagen der Glocke, das Verlesen und Protokollieren der Schuldvorwürfe sowie das sukzessive Verbrennen der Buchbogen auf dem »ehrlosen Blocke« durch den Gerichtsdiener bezeichnen eine geradewegs theatrale Praxis.

Als Variante hiervon können missliebige Einblattdrucke oder Titelblätter mit dem (vermeintlichen) Autorennamen als ›Schandpapiere‹ auch an den

örtlichen Pranger oder Galgen angeschlagen werden.[21] Für die Inszenierung der Buchexekution ist jedenfalls wichtig, dass sie »auff öffentlichem Marckt«[22] stattfindet, auf dem nicht nur Handel getrieben werden kann, sondern der ebenfalls Platz bietet für zahlreiche andere gesellschaftliche Performanzen. Gleichzeitig regt das Verbrennen als Zensurpraxis eine neue Textproduktion an. Denn die Zeitungen und kurzen Nachrichten, die über den jeweiligen Hinrichtungsakt entstehen, sollen immer auch von der Wiederherstellung der öffentlichen und moralischen Ordnung künden. Insoweit zeichnet sich zwischen den illegitimen Pasquillen und den legitimen Berichten ein marktförmiges Konkurrieren um die Aufmerksamkeit und Neugierde (*curiositas*) auch des nicht anwesenden Publikums ab (→Marktwissen drucken). Für die Anwesenden auf dem Marktplatz ist das Schlagen der Schandglocke ein Zeichen dafür, dass das über einen »Missethäter ausgesprochene und rechtskräfftig gewordene Urtheil vollstreckt werden soll«. Ohnehin ertönt die Glocke auch bei Leibstrafen und »öffentlichen Executionen« und mancherorts gar, wenn »banckerott gewordene Kauffleute öffentlich infam gemacht werden sollen«.[23]

Zuletzt ist der Grad an Aufmerksamkeitsgenerierung für eine solche Inszenierung des Bücherverbrennens relevant. Da vor allem die meist vier- bis achtseitigen Flugschriften oder Drucke mit geringem Textumfang nicht zwangsläufig für »eine gebührende Verbrennungszeremonie«[24] sorgen, muss zuvor ein Fundus des inkriminierten Materials angelegt werden. Für die Mitte des 18. Jahrhunderts sind etwa Zensurmaßnahmen dokumentiert, bei denen die Kaiserin Maria Theresia zunächst eine Anweisung geben muss, damit ausreichende Papier- und Textmengen symbolisch vernichtet werden können.

Ganz losgelöst von dieser zensorischen Vernichtung unerlaubter Bücher besteht übrigens eine durchaus legitime Praxis der marktförmigen Wiederverwendung von Papier. Louis-Sébastien Mercier beschreibt in seinem *Tableau de Paris* (1781) recht lakonisch, wie die Händler:innen ihre Waren in altes Druckpapier einschlagen. »[D]ie nie ermüdende Hand der Gewürzkrämer, Materialisten und Butterhändler verdirbt täglich so viele Bücher und Broschüren, als man drukt«, so dass ein materielles »Gleichgewicht« gehalten werde: »Ohne ihnen würde die Masse des gedruckten Papiers bis zum lästigsten Uebermaaße anwachsen und alle Eigenthümer und Miethleute aus ihren Häusern verdrängen«. Gleichwohl kann dieses Regulieren auch den unerwünschten Nebeneffekt haben, dass »bey den Gewürzkrämern die ältesten und wichtigsten Dokumente« wieder auftauchen, die freilich ins Ar-

chiv und nicht auf den Markt gehören: »Es ist eine bekannte Sache, daß der Heirathscontrakt Ludwigs des Dreizehnten unter den Händen eines Apothekers wieder gefunden wurde, welcher ihn eben zerschneiden wollte, um einen Becher damit zuzudecken«.[25]

An diesen Beispielen lässt sich sehen, dass der Buchmarkt oder der Handel mit Büchern maßgeblich auf Praktiken des publikumswirksamen Verbreitens, antiquarischen Erhaltens, materiellen Wiederverwendens und juristischen Zurückhaltens beruht. Doch trotz aller Restriktionsversuche kann die obrigkeitliche Zensur die Vertriebswege des Buchmarktes nicht grundlegend beschränken und die Verfügbarkeit von normverletzendem Wissen nicht immer verhindern. Oftmals erhöht sich auch der aufmerksamkeitsökonomische Marktwert von Buchwaren durch Verknappung und den Reiz des Verbotenen. Hierdurch entwickeln sich unterschiedliche lokale Ausweichstrategien. In Paris etwa findet sich, wie Darnton gezeigt hat, noch in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts abseits der öffentlichen, legalen Märkte ein regelrechtes »Refugium für dubiose Aktivitäten jedweder Art: für Prostitution, Glücksspiel, politischen Klatsch und den Verkauf illegaler Druckwerke«.[26] Dieser illegale und versteckte Handel birgt zwar ein hohes Risiko, verspricht aber gleichzeitig den größten Gewinn. Schon seit dem 16. Jahrhundert gibt es in der Stadt den Beruf des Bouquinisten, also des akribischen Antiquars, wie ihn Mercier ebenfalls in seinem *Tableau de Paris* skizziert. Der Bouquinist durchstöbert noch »die kleinsten Buden, alle, welche kleine Broschüren zu verkaufen haben. Er wühlt ganze Stöße, die auf der Erde liegen, hindurch, und greift nach den staubigsten Büchern, sobald sie nur ein antikes Ansehen haben. Nur auf diese Art kommt man zu den ältesten und seltensten Werken um einen geringen Preiß«.[27] Allerdings wird mit diesem Versprechen auf exklusive, seltene und günstige Buchwaren die Grenze des Legalen bisweilen überschritten. Darnton schildert den Fall der Louise Manichel, einer Kleinhändlerin, die illegale Druckwerke verkaufte. Wie viele andere hatte sie sich angesichts der Zensur dafür in den Hof und die Säulengänge des Palais Royal zurückgezogen. In diesem Gebäudekomplex des Herzogs von Orleans waren die Rechte der Stadtpolizei stark eingeschränkt. Die strengere Zensur im Rest der Stadt brachte somit im Palais einen eigentlich illegalen, aber geduldeten Marktplatz hervor, auf dem Streitschriften, Pamphlete, allerlei anstößige Schriften und sogar eigentlich private Briefdokumente zu bekommen waren. Die zumindest unterstellte Authentizität und die Illegalität des Gedruckten waren hier ver-

kaufsentscheidend, während die Nachzensur und polizeiliche Verfolgung massiv behindert wurden.

Aus Wien berichtet Joseph II. wiederum, dass alle offiziell verbotenen Bücher dennoch verfügbar wären und manche Personen das Verzeichnis dieser Bücher eher als eine Empfehlungsliste benutzten. Dieser Umstand führt 1777 zu der Pointe, dass das Verzeichnis selbst ein ungewolltes Versprechen macht und seine in Österreich von den weltlichen Behörden herausgegebene Version als der heimliche Bestseller diskreditiert wird.[28] Die obrigkeitlich legitime Praxis des Zensierens wird unter den medientechnischen Voraussetzungen des Buchdrucks konterkariert von der Praxis eines ausufernden, von der Neugierde getriebenen Lesens und eines nachhaltig entgrenzten Konsums illegitimer oder als illegitim bewerteter Schriften. Dabei bilden sich unter den Bedingungen von Zensur vielfältige Strategien der Verstellung und Praktiken der Umgehung heraus. Der offizielle normative und ordnende Zugriff auf Märkte schlägt immer wieder fehl, erzeugt häufig subversive Ordnungslogiken und zuweilen auch separierte, alternative Rechtsräume.

Simon Karstens / Christian Meierhofer



Verbriefen

Waren, Arbeit, Land oder Geld können direkt ge- und verkauft werden. Indem man das abstrakte Verfügungsrecht über sie ›verbrieft‹, können sie aber auch zum Gegenstand von Wertpapierhandel auf sekundären Märkten werden. Kapitalkräftige Akteure machen auf diese Weise das in Waren oder Produktionsfaktoren gebundene Kapital mobiler und gewinnen so zusätzliche Hebelkräfte.

Am 8. September 1556 teilte der in Lyon ansässige Florentiner Kaufmannbankier Piero Mannelli seinem Kunden, dem Florentiner Patrizier Alamanno Salviati in Florenz, mit, dass er auf seinem Konto 199,10,2 *scudi di sole*[1] als *dono* (also als »Geschenk«) von Seiten des französischen Königs gutgeschrieben bekommen habe. Salviati hatte für den Bischof von Padua eine Summe von knapp 3.000 *scudi di sole* in Anteilsscheinen einer Anleihe der französischen Krone anlegen lassen. Diese niedrig verzinsten und auf zehn Jahre gewährten Anleihen wurden von einem zum nächsten Messetermin verlängert, wobei ein vierprozentiger Zins fällig wurde. Piero Mannelli überwies diese als *dono* verbrämten Zinsen allerdings nicht nach Italien. Vielmehr entschied er sich dafür, das Darlehen mit den erwarteten Zinsen sowie den künftig auflaufenden Kommissionen auf die nachfolgende Messe bei einem weiteren Florentiner Bankier in Lyon, bei Ruberto Gualterotti, zu zweieinhalb Prozent anzulegen. Mannelli versuchte also, im Vorgriff auf die Zinszahlungen des Darlehens Hauptgut und Interesse zu verschreiben. Anders ausgedrückt: Der Florentiner Bankier veräußerte die Kronanleihen seines Kunden an einen weiteren Bankier, um gewissermaßen einen Zinseszins zu generieren.[2]

Die im Dreieck Florenz/Rom-Antwerpen-Lyon aktiven Florentiner Bankiers speisten hohe Geldbeträge in Darlehen an den französischen König ein, der aufgrund seiner ambitionierten dynastischen Politik in dauerhafte krie-

gerische Auseinandersetzungen mit dem Kaiserhaus der Habsburger verstrickt war. Die französische Krone hatte sich im Verlauf des frühen 16. Jahrhunderts überschuldet, so dass ein von einem Florentiner Bankier, Albizzo del Bene, entwickelter Mechanismus zur Schuldaufnahme zur Anwendung kam: Die im Jahre 1555 unter dem Titel *Grand Parti* ausgegebenen Anleihen waren nicht nur Teil einer zunächst einmalig erhobenen öffentlichen Schuld, sondern wurden handelbar gemacht. Man kann unterstellen, dass Albizzo del Bene vor allem die Liquidität auf den Kapitalmärkten vor Augen hatte, um die französische Staatsschuld am Laufen zu halten. Durch die Verschreibung der Zinsen von einem Fälligkeitstermin zum nächsten und die Verschreibung von einem Darlehensgeber zum anderen wurden die Anleihepapiere Gegenstand von sekundären Märkten (*secondary markets*).[3]

Praktiken der Verbriefung entwickelten sich seit der Kommerziellen Revolution des Mittelalters im Kontext der Vergabe größerer Darlehen und der Kreditfinanzierung von Warentransfers.[4] Dabei ging es stets um die Übertragung von Verfügungsrechten über Verbindlichkeiten: Die Erfüllung von Krediten, die ein Bankier einem anderen Bankier garantierte, wurde auf eine dritte Person als Forderung übertragen (»verschrieben«). Im Fall der Kronanleihen gewährten die in Lyon ansässigen Bankiers, im Beispiel der Florentiner Piero Mannelli, dem französischen König Heinrich II. umfangreiche Darlehen. Die entsprechenden Verträge wurden zwischen den Bankiers und dem Repräsentanten der hohen Finanzadministration Martin de Troyes vor einem Lyoner Notar, dem prominenten Juristen Nicholas Dorlin, besiegelt. Die vertraglich gebundenen Bankiers beschafften sich die für die Darlehen nötigen Kredite von Investoren aus den reichen Handelszentren wie Nürnberg, Augsburg, Genua oder Florenz. Hinter diesen Investoren standen meistens zahlungskräftige Kapitalgeber, die nach Anlagemöglichkeiten suchten.[5]

Die reich gewordenen Familien der Kaufmannbankiers oder wohlhabende Adelige investierten ihre liquidierbaren Vermögensbestände nicht nur in französische Kronanleihen, sondern auch in andere Obligationen, wie etwa in die niederländischen Rentmeisterbriefe, Anleihen des Nürnberger Stadtrates oder die Kronanleihen des Vizekönigs in Neapel. Als notariell gesicherte Rechtstitel konnten die Darlehen indes weiterverkauft und somit auf den an die Ausgabe von Kronanleihen angelagerten Märkten gehandelt werden.[6] Im oben geschilderten Fall ergab sich so für Mannelli in Lyon die Möglichkeit, durch Veräußerung der Kronanleihen seines Kunden an Gualterotti, für sich selbst weitere Einkünfte zu sichern. Gualterotti wiederum aktivierte

sein Netzwerk aus Korrespondenten für den Wechselhandel, ging mit dem bei ihm eingelegten – also *in deposito* befindlichen – Betrag in Vorleistung und versuchte, Arbitragegewinne zwischen verschiedenen Wechselmessen zu erzielen.

Die ursprüngliche Funktion des Wechselbriefes bestand darin, eine Investitionssumme in einer Währung in Auftrag zu geben und an einem anderen Ort in einer anderen Währung zu eben jenem Wert verfügbar zu machen (Währungswechsel). Diese Zahlungspraxis bedeutete allerdings, dass ein Korrespondent an einem anderen Ort in Vorleistung ging und dass damit eine Kreditbeziehung zwischen dem Auftraggeber an einem Ort und dem Bezahler an einem anderen Ort entstand (Wechsel als Kreditinstrument). Auf diese Weise wandelte sich der Wechselbrief zum Instrument der Refinanzierung, denn der Ausgleich des eingegangenen Schuldverhältnisses wurde durch einen Wechsel zurück an den Ausgangsort vorgenommen (Wechsel als Arbitragegeschäft). Das Instrument des Wechsels entwickelte sich von einem Bezahlungsvorgang zwischen verschiedenen Marktplätzen zu einem Medium, das selbst Gegenstand von Kredit- und Wechselmärkten mit einer Gewinnerwartung wurde. Der ausführende Bankier nahm für seine Dienstleistung einen Aufschlag, eine *provisione*, die ihm einen sicheren Ertrag versprach.

Während des zweiten Drittels des 16. Jahrhunderts entwickelten sich im europäischen Wechselhandel spezifische Formen von Märkten für diese Wertpapiere, so dass der Waren- und der Wechselhandel schrittweise voneinander entkoppelt wurden, bis die Refinanzierung von Warenverkäufen zum Teil über einen eigenen Wechselmarkt abgewickelt wurde.[7]

Die Kompetenz eines Bankiers wie Piero Mannelli bestand darin, Bargeld an einem bestimmten Ort (hier Bargeld für die Krone) verfügbar zu machen und erst nach einem gewissen Zeitablauf den Ausgleich mit Bargeld vorzunehmen. Diese Fähigkeit zum Kredit war es, die Gegenstand der Verbriefung wurde, wenn die Titel des Darlehens an den König handelbar wurden. Die Praxis der Verbriefung der Kronanleihe, die Piero Mannelli im Auftrag von Alamanno Salviati erworben und an Ruberto Gualterotti als Einlage übertragen hatte, generierte mit der Einspeisung in die Wechselmärkte einen an die Kronanleihen angelagerten Markt. Der *Grand Parti* erscheint damit als ein Geldmarkt, an den sich ein auf Wechselumlauf basierender Geldmarkt anlagerte.

Der Sinn der Verbriefung und damit des Transfers der Kronanleihe in die Wechselmärkte über das Instrument einer Einlage bestand darin, dadurch

eine Art der Refinanzierung zu garantieren. Denn man musste stets damit rechnen, dass die Krone sich nicht an den Zahlungsplan und die dazugehörigen Zinszahlungen hielt. Flutete die Krone durch eine überstürzte Rückzahlung die Kapitalmärkte, war das vorhandene Geld nicht mehr unterzubringen und die Bankiers blieben auf ihrer Vorfinanzierung gewissermaßen sitzen. Diese Gefahr drohte bei den üblichen Verfahren für Kronanleihen, die nicht reguliert und nach anfallendem Bedarf aufgenommen wurden. Wahrscheinlicher war indes, dass die Krone gar nicht zurückzahlte: Das wiederum hatte die Austrocknung der Kapitalmärkte zur Folge. Eben daher hatte der Florentiner Bankier Albizzo del Bene in seinem Memorandum vom Frühjahr 1555 einen Mechanismus der Aufnahme königlicher Schuld in einem einzigen Hauptgut (*Grand Parti*, dt. »die große Partie«) mit zeitlich gestreckter und niedrig verzinster Rückzahlung ersonnen. Gleiches geschah im Jahre 1557, als die hoch verzinsten Anleihen der spanischen Krone, die *asientos*, in niedrig verzinste Ansprüche, die *juros*, umgewandelt wurden.[8]

Zu den Praktiken der Verbriefung zählte also die Erzeugung von *secondary markets* über die Aufblähung der ohnehin laufenden Märkte des Wechselhandels. Die daran beteiligten Bankiers sicherten sich über das Buchgeld des Wechselhandels gegen Zahlungsausfälle oder die Flutung der Märkte mit Kapital ab. Die Wechselmärkte waren anders als heutige, vergleichbare Kapitalmärkte strukturiert und generell weniger volatil: Ihre Aufgabe war ja eben die Entkopplung von den Rückzahlungskonjunkturen etwa durch das aus Südamerika eintreffende Silber, mit dem die Habsburger Krone ihre *asientos* begleichen wollte, aus der Refinanzierung der Kronanleihen.[9]

Die Praktiken der Verbriefung waren dem Konzept des Wechselbriefes entlehnt bzw. entwickelten das Instrument weiter. Der Wechselbrief stellte die Rückzahlung über die Wechselmärkte mit Gewinn in Aussicht, indem mit dem Vergehen der Zeit von einem zum nächsten Messetermin operiert wurde. Im Fallbeispiel wurden sowohl der *dono*, die Zinszahlung des französischen Königs auf die über Piero Mannelli vermittelte Kronanleihe, als auch die Verzinsung des in den *deposito* bei Ruberto Gualterotti eingelegten Wertes des Darlehens mit den jeweiligen Messeterminen fällig. Die Refinanzierung der Zinsen auf den *deposito* unterlag, wie bereits ausgeführt, der Spekulation auf einen Arbitragegewinn über die Wechselkurse bei der darauffolgenden Messe (→Prognostizieren). In der über die Wechselmärkte abgewickelten Wechseltransaktion steckte die Erwartung eines Vorteils auf den investierten Betrag durch das im Messezyklus angelegte Verstreichen der Zeit (→Terminieren und koordinieren).

Als grundlegende Absicherung kann man den Aufschlag einer Kommissionsgebühr auf jeden Wechsel sehen, denn diese warf zumindest einen gesicherten Profit im Promille-Bereich ab. Ruberto Gualterotti musste als Auftraggeber ebenso wie zuerst der Investor Alamanno Salviati die jeweilige Wechselkommission entrichten. Daher ging die Wechseltransaktion zulasten des Auftraggebers, des Kunden des Bankiers (im Beispiel ist Alamanno Salviati Kunde beim abwickelnden Bankier Piero Mannelli in Lyon, der *depositario* Ruberto Gualterotti bei anderen, nicht benannten Bankiers). In zweiter Linie vertrauten die investierenden Auftraggeber auf die Ausschüttung der in Aussicht gestellten Zinsen. Es lag also bei der französischen Krone, den versprochenen *dono* zu realisieren (und damit letztlich bei Piero Mannelli, seinem Kunden, den königlichen *dono* auszahlen zu können), bzw. bei Ruberto Gualterotti, die zweieinhalbprozentige Zinszahlung auf den *deposito* gegenüber Piero Mannelli zu verwirklichen.

Die Erwartung von Arbitragegewinnen auf vorteilhafte Wechselkursschwankungen zwischen den Messeterminen entsprach dem Ansinnen des Auftraggebers, was sich aus der Zahlungspraxis ableiten lässt, die sich mit der Abfolge von *promessa* (wörtlich: »Versprechen«) und dann *pagamento* (wörtlich: »Zahlung«) vollzog. Das bedeutet im Beispiel, dass der Auftraggeber eines Wechsels wie Ruberto Gualterotti von seinem bezogenen Korrespondenten an einem anderen Ort zum nachfolgenden Messetermin die Zahlungszusage (*promessa*) und schließlich die Bezahlung des Wechselbriefes zugunsten eines weiteren Bankiers an jenem anderen Ort erwartete. Der Wechselkurs spielte hierbei insofern eine Rolle, als Gualterotti hoffte, möglichst günstige Zahlungsbedingungen auf der entsprechenden Messe am anderen Ort wahrnehmen zu können. Die Marktförmigkeit des Wechselhandels lag weniger in der Auswahl der Korrespondenten – hier bevorzugte man Seriengeschäfte in eingespielten Konstellationen –, als vielmehr in den durch vielfache Wechseltransaktionen verschiedenster konkurrierender Korrespondentennetzwerke bewirkten Schwankungen der Wechselkurse und den damit verbundenen Veränderungen der Gewinne durch Wechselarbitrage.

Das Verbriefen ist eine Abstraktionspraktik (→Buchführen). Daher verwundert es wohl wenig, solche Praktiken in den an sich bereits komplexen Aktivitäten der europäischen Hochfinanz, in der Verknüpfung von Kreditaufnahmen und bargeldlosem Zahlungsverkehr vorzufinden – und zwar in Anwendung auf Geldkapital, also einem recht homogenen und hochgradig fungiblen Gut. Tatsächlich lassen sich Verbriefungspraktiken im 18. und frü-

hen 19. Jahrhundert zum Beispiel auch im Bereich von Arbeitskräftemärkten beobachten: also mit Blick auf eine Ware – Arbeit –, die gegenständlich, individuell und kontextspezifisch erscheint. Die Verfügung über unspezifische Arbeitskraft geschieht vor allem im Bereich unfreier Arbeit und Sklaverei, wobei die eigene Arbeitskraft eines Menschen aus unterschiedlichen Gründen und in unterschiedlichem Ausmaß unfrei geworden sein kann.

This INDENTURE
Witneſſeth that James Bracken of Armagh
Linen Weaver doth Voluntarily put him ſelf Servant to Enoch Stickney Mr of the Ship Washington to ſerve the ſaid Enoch Stickney or his Aſſigns, for and during the full Space, Time and Term of Four Years from the firſt Day of the arrival of the Ship Washington at Virginia in the United States of NORTH AMERICA; during which Time, or Term, the ſaid Maſter or his Aſſigns ſhall and will find and ſupply the ſaid Jas Bracken with ſufficient Meat, Drink, Apparel, Lodging, and all other neceſſaries befitting ſuch a Servant; and at the end and expiration of the ſaid Term of Four Years, the ſaid Jas Bracken to be made Free, and receive according to the Cuſtom of the Country.

In Witneſs whereof the ſaid Parties have hereunto interchangeably put their Hands and Seals this twentieth Day of May in the Year of our Lord, One Thouſand Seven Hundred and Eighty four

Sign'd, Seal'd and Delivered in the Preſence of
Richd Harrison

Jams Bracken

Abbildung 9: Schuldknechtschaftsvertrag
Quelle: James Bracken Indenture, 1784, Ac 1.

Freiwillig etwa – so betont es ein Schuldknechtschaftsvertrag (Abb. 9) – verpfändete James Bracken aus Irland seine Arbeitskraft am 20. Mai 1784 an einen Mann namens Enoch Stickney. Letzterer garantierte ihm die

Überfahrt nach Virginia, Verpflegung und die Freiheit, nachdem James Bracken die aus diesen Vorleistungen erwachsenen Verbindlichkeiten mit seiner Arbeitskraft als Schuldknecht in vier Jahren in Virginia abgearbeitet haben würde. Häftlinge aus Großbritannien wurden aus der Haft oder gleich anstatt einer Freiheitsstrafe in die nordamerikanischen Kolonien und dort in Schuldknechtschaft zur Arbeit verbracht.[10] Im Gegensatz zu Kriminellen bezeichnete der Begriff *free-willers* Menschen wie James Bracken, welche die eigene Arbeitskraft selbst gegen Überfahrt und Verpflegung anboten. Viele der Leute, die in den dreizehn Kolonien in Nordamerika im 17. und 18. Jahrhundert ankamen, kamen als *indentured servants*. Eine andere Gruppe, die Teil des Arbeitskräftemarktes in den Kolonien wurde, waren versklavte Menschen aus Afrika, die aus ihren Heimatregionen entführt und in brutalen Überfahrten in die nordamerikanischen Kolonien verschleppt und entrechtet, auf dem Sklav:innen-Markt gehandelt und zur Arbeit gezwungen wurden.[11] Familien wurden immer wieder auseinandergerissen und ein rassistisches Ausbeutungssystem sowie Segregation und Diskriminierung etabliert, das vom 17. bis ins 20. und 21. Jahrhundert ökonomische und politische Ungleichheit in den USA begründet(e).[12]

Die versklavten Menschen, die auf jenem Arbeitskräftemarkt für die nordamerikanischen Kolonien gehandelt wurden, waren ein entscheidender Faktor im transatlantischen Dreieckshandel mit Rohstoffen, Gütern und Arbeitskräften aus Europa im 18. und zu Beginn des 19. Jahrhunderts.[13] Diese Anlage der Arbeitskräftemärkte im transatlantischen Handel prägt bis heute die Geschichte rassistischer Eigentumsunterschiede in den USA, was nicht zuletzt die anhaltende Diskussion um Reparationen für erlittenes Unrecht anfacht.[14] Zudem strukturierten Ausbeutungsverhältnisse einen spezifischen *racial capitalism*, wie es Jodi Byrd und andere für Praktiken der Finanzialisierung im Siedlerkolonialismus bis in die Gegenwart und die Finanzkrise von 2007/08 hinein gezeigt haben.[15] Dass der Geschichte der Sklaverei und der Vermarktung unfreier Arbeitskräfte auch eine Geschichte der Finanzialisierung eingeschrieben war, hat bisher weit weniger Aufmerksamkeit erfahren als die Sklaverei als Ausbeutungsgeschichte. Verpfändung, Versicherung und Verbriefung sind hierbei die Praktiken des Finanzialisierens.

Dabei lassen sich Arbeitskraftmärkte mitsamt den daraus entstehenden Sekundärmärkten nicht auf einen konkreten Ort eingrenzen (→Kaufen). Sie sind beispielsweise auf dem nordamerikanischen Kontinent in den Ostküstenregionen Marylands oder Virginia zu verorten, aber auch in Guinea

oder London, wo wiederum Praktiken des Verkaufs von und Handels mit Menschen und ihrer Arbeitskraft konkret stattfanden. So wurden in Virginia Schuldknechte und versklavte Menschen auf lokalen Märkten seit dem beginnenden 17. Jahrhundert in Jamestown und später in Richmond gehandelt. Der Begriff eines Arbeitskräftemarktes geht aber an dieser Stelle weit über lokale Märkte hinaus, wie exemplarisch die zunächst freiwillige Beteiligung von Menschen wie James Bracken an dem Marktgeschehen zeigt. Dieser transatlantische Arbeitsmarkt wird im Folgenden vor allem über die Aufschlüsselung jener Praktiken umrissen, welche die Voraussetzungen für die Be- und Verwertung von Arbeitskräften seit Beginn des 17. Jahrhunderts schufen. Wenn sich – wie im Fall von James Bracken – eine Arbeitskraft selbst anbot, um die eigene Lebenszeit zu verkaufen, war das also nur ein Teil der Marktpraxis, dem weitere folgten.

Es war eine steigende Nachfrage an Arbeitskräften in der Kolonialwirtschaft, die viele Europäer:innen im 17. Jahrhundert dazu brachte, sich in Schuldknechtschaft auf Zeit einschiffen zu lassen. Die im oben abgedruckten Vertrag festgelegte Vorgehensweise verweist auf eine Verpfändung der eigenen Arbeitskraft, die typisch für die nach Nordamerika aufbrechenden *free-willers* war. Bei den meisten von ihnen war ebenfalls wirtschaftliche Not der entscheidende Antrieb für eine solche Entscheidung. In der Regel galten die Verträge für vier bis sieben Jahre und mündete in manchen Fällen in eigenständiges Unternehmertum für die Arbeiter:innen in den Kolonialgebieten, denen ein Stück Land übereignet wurde. Händler:innen und Investor:innen auf den Arbeitskraftmärkten zwischen Europa und Amerika waren im 17. und 18. Jahrhundert Personen, die in finanzielle Vorleistung gingen – Reeder und Kaufleute. So verfügten sie über Schuldknechte und deren Arbeitskraft in der Kolonialwirtschaft und waren gleichzeitig am Geschäft der Versklavung unzähliger Menschen aus Afrika beteiligt. Die Verfügungs- und Besitzrechte an Menschen verkauften sie unter anderem an Plantagen- oder Minenbesitzer in den Amerikas.

Manche Unfreie kamen ihrerseits in den Besitz von Land. In der ersten Hälfte des 17. Jahrhunderts konnte manche Afrikaner:innen wieder freikommen, wenn sie einen Arbeitskontrakt in der Indentur erfüllt hatten und zum Christentum konvertierten. So schafften es zum Beispiel Anthony und Isabella Johnson, die in den frühen 1620er Jahren zwangsweise aus Afrika nach Jamestown verbracht worden waren, freizukommen und später selbst in den Besitz einer Tabakplantage zu gelangen. Es war also im Kolonialismus an der nordamerikanischen Ostküste nicht von Beginn an entlang der *color line* – ei-

ner rassistischen Grenzziehung – entschieden, wessen Arbeitskraft lebenslang verkauft und gehandelt werden konnte und wer in Schuldknechtschaft nur vorübergehend unfrei arbeitete. Erst die *Virginia Slavery Laws* zogen im Verlauf des 17. Jahrhunderts diese Grenze schärfer.[16]

Die Schließung der transatlantischen Sklavenmärkte durch den *Act Prohibiting Importation of Slaves* im Januar 1808 berührte den inneramerikanischen Markt für Sklav:innen und deren Arbeitskraft zunächst nicht, intensivierte ihn eher und forcierte elaboriertere Praktiken von Transaktion und Verfügung (→Verbieten und verknappen). So wurde in einem schriftlichen Vertrag, der auf den 19. April 1809 datiert ist, die Untervermietung des Schuldknechts John Freeman fixiert und Nutzungsrechte der Arbeitskraft des Mannes für 76½ Monate übertragen.[17] Insgesamt war Freemans Arbeitskraft, anders als in Brackens Fall gegen seinen Willen, für 132 Monate (also elf Jahre) unter die Verfügung des Plantagenbesitzers gekommen, der sie für 400 Dollar erstanden hatte. Der wohlhabende Plantagenbesitzer und Eigentümer war Thomas Jefferson, der die Restlaufzeit von Freemans Schuldknechtschaft dem Großgrundbesitzer und dessen Nachfolger im Präsidentenamt, James Madison, gegen Bezahlung überließ. Freeman sollte diesem mit seinen handwerklichen Fähigkeiten beim Ausbau von Madisons Anwesen Montpelier in Virginia helfen. Madison hatte im Zuge der *American Revolution* maßgeblich die *Bill of Rights* ausgearbeitet, welche Bürgern der neuen Republik persönliche Freiheitsrechte garantieren sollte – vor allem weißen männlichen und wohlhabenden Bürgern. Der Schwarze Schuldknecht Freeman profitierte nicht davon. Vielmehr hatten es die Familien Jefferson und Madison zu einem beträchtlichen Vermögen durch Ausbeutung von unfreien Arbeitskräften und versklavten Menschen auf ihren Plantagen gebracht.

Noch lukrativer als das Produktionsgeschäft schien allerdings ein angelagerter Markt, der mit der Entwicklung moderner Versicherungen von Arbeitskräften begann. Händler im Überseehandel hatten seit dem 15. Jahrhundert Waren versichert, darunter auch Menschen, die sie wie Waren in ihren Schiffen zusammengepfercht transportieren ließen.[18] Seit der Einführung von Mortalitätsstatistiken am Ende des 17. Jahrhunderts wurden Lebenserwartungen vermessen und über Versicherungspraktiken in den Arbeitskräftemarkt integriert als Lebensversicherungen, wie sie bis heute in Form von Policen bekannt sind und die auch Kolonist:innen für sich selbst und Händler:innen auf versklavte Menschen abschlossen und womöglich wieder verkauften, sobald ihnen das Geld ausging.[19] Die Lebensversiche-

rungen haben also einen langen, dunklen Schatten auf den Märkten der Sklaverei und den transatlantischen Überfahrten der *Middle Passage*.

Verursacht durch die gestiegene Nachfrage an Arbeitskräften infolge des Verbots des transatlantischen Sklavenhandels 1808 wurden Lebensversicherungen zu einem entscheidenden Faktor der ›Geschäftsrisikenminimierung‹, indem Sklavenhändler:innen, aber vor allem auch Plantagenbesitzer:innen sie auf die bei ihnen zur Arbeit gezwungenen Menschen abschlossen. Tausende Menschen wurden insbesondere von der Chesapeake Bay, wo Tabakanbau dominierte, in den tiefen Süden von South Carolina über Georgia, Alabama bis nach Louisiana weiterverkauft, um dort Baumwolle anzubauen und zu ernten.[20] Auch im Zuge dessen wurde ihre Arbeitskraft versichert, wobei die Versicherungssummen je nach Tätigkeitsfeld außerordentlich variierten.[21] So waren die Versicherungssummen für einen Handwerker wie John Freeman deutlich höher als für eine:n Baumwollplantagenarbeiter:in.

Diese geschäftliche Praxis brachte eine weitere Möglichkeit hervor: Arbeitskräfte hatten einen Wert, den man nicht nur versichern, sondern auch erneut verpfänden konnte. Dieses Verfahren bildete die unmittelbare Voraussetzung für die Ausgabe von Bonds auf diese Arbeitskräfte und deren Verkauf an europäische Investoren. In den 1820er Jahren entstanden Kreditmodelle für Sklavenhändler und Plantagenbesitzer, die als Pfand für neue Kredite nicht etwa nur die zu erwartende Ernte oder ihr Land einsetzten, sondern auch den Wert von Sklav:innen in ihrem Besitz. Im Fall der *Consolidated Association of the Planters of Louisiana* (C.A.P.L.) beispielsweise bekamen Plantagenbesitzer:innen von Banken Kredit, indem sie Hypotheken sowohl auf Sklav:innen als auch auf Land aufnahmen.[22] Dieses Vorgehen ermächtigte sie dazu, bis zur Hälfte des geschätzten Wertes ihres Besitzes einen Kredit aufzunehmen. Im Gegenzug gab die C.A.P.L. Hypotheken-Verbriefungen aus, für deren Validität der Staat Louisiana bürgte. Die britische Handelsbank Baring Brothers vertrieb diese Bonds dann an europäische Investor:innen in London und an anderen Finanzplätzen der Alten Welt. Die Kapitalzufuhr versetzte letztendlich die Farmer in die Lage, ihren Kreditrahmen zu erhöhen und zusätzliche unfreie Menschen zu erwerben.[23] Diese Kapitalisierungspraxis erlaubte den Handel mit Eigentumsscheinen, die unabhängig vom tatsächlichen Transfer der Arbeitskräfte auf angelagerten Märkten als Bonds gehandelt werden konnten.

Allerdings führte die Kapitalisierung auf diesem Sekundärmarkt dazu, dass Hypotheken auch auf inzwischen verstorbene Menschen aufgenom-

men wurden und manch noch lebende Person mehrfach verbrieft wurde. Zudem trieb Spekulation mit Land die Bodenpreise in den Südstaaten in die Höhe und verschärfte das Problem zusätzlich. Europäische Investor:innen hatten die so generierten Bonds auf diejenigen Arbeitskräfte gekauft, die in den Südstaaten der Vereinigten Staaten Baumwolle pflückten – bzw. von denen man verbriefter Weise annahm, dass sie dies taten. Plantagenbesitzer erhöhten durch den Kauf von Menschen ihr verbriefbares Kapital an Arbeitskräften wiederum. Auf den Märkten für Rohbaumwolle entstand ein Überangebot bei sinkender Nachfrage von Textilien mit entsprechendem Preiseinbruch. Die Risiken dieser Geschäftspraktiken wurden in jenem Moment des Finanzcrashs 1837 sichtbar, als der Baumwollpreis aufgrund des Überschusses an Produktion bzw. stagnierender Nachfrage in Europa eingebrochen war.[24] Über die Bonds war im Süden und Mittleren Westen der USA eine Blase entstanden.[25]

Die Brutalität dieser finanzialisierten Wachstumsgeschichte zeigte sich nicht erst in den folgenden Jahrzehnten, als die Erträge der Pflanzer bis zum Ende des Bürgerkrieges immens stiegen. Bereits in den 1830er Jahren wurde rund eine Viertelmillion Sklav:innen verkauft, verpfändet, verbrieft und in die Baumwollproduktion des tiefen Südens der Vereinigten Staaten gezwungen. Die Baumwollproduktion hatte ihre Erträge in der kurzen Zeitspanne von 1831 bis 1837 verdoppelt, bevor die Überschüsse und die sinkende Nachfrage nach Kleidung in Europa zu einem akuten Preisverfall auf den Märkten für Baumwolle führten. Das Kartenhaus, in dem noch viel mehr Menschen verbrieft waren, als auf den Plantagen in Mississippi oder Louisiana tatsächlich je gearbeitet hatten, fiel in sich zusammen.

Faktormärkte entwickelten sich in besonderem Maße aus der Akkumulation von Vermögen – Besitzungen an Grund und Boden, Arbeits- und Dienstleistungskraft sowie Kapitalakkumulation über die Generationen hinweg.[26] Die Praktiken des Verbriefens waren hier wie da entscheidende Triebkräfte. Durch die Hervorbringung sekundärer Märkte erzeugten sie ein neues, weiteres Marktgeschehen, in das nicht nur wenige kapitalkräftige, profitinteressierte Akteur:innen direkt, sondern über die Faktormärkte größere Teile verschiedener Ökonomien indirekt eingebunden wurden. Aufgrund der prekären Konstitution dieser Faktormärkte – dass etwa Kronanleihen stets auszufallen drohten oder *indentured servants* und Sklav:innen an brutalen Arbeitsverhältnissen zugrunde gingen oder an grassierenden Krankheiten starben – tendierten diese angelagerten Märkte zur Entkopplung ihrer verbrieften Güter von der Refinanzierung durch Wechselbriefe

oder über Kreditmärkte. Dies konnte einerseits Stabilität erzeugen, indem beispielsweise Wechselmärkte Investitionen aussichtsreich refinanzierbar erscheinen ließen. Gerade auf *secondary markets,* die Bonds zum Gegenstand hatten, vollzog sich Refinanzierung vermittels Giralgelds (bargeldloser Zahlungsverkehr auf der Grundlage von Buchgeld), so dass sie sich von den wechselnden Konjunkturen des Rückflusses an realen Gegenwerten (Edelmetallen) lösten und die knappheitsbedingte Volatilität eindämmten.[27] Die Finanzkrise von 1837 zeigt andererseits auch, dass aus diesem neuen Marktgeschehen neue Instabilitäten entstehen können – mit größerer Hebelkraft und drastischen Folgen in einem brutalen Markt verbriefter Arbeitskräfte im *racial capitalism*.

Felix Krämer / Heinrich Lang



Verlosen, verschießen, versteigern

Wie erzeugt man schnell und effektiv Nachfrage? Oftmals gelingt das, indem Marktteilnehmer:innen ihr Angebot mittels eines unterhaltsamen Ereignisses vermarkten, das mit Spiel- oder Wettbewerbselementen angereichert ist: Der Markt wird als Versteigerung, Verlosung oder Wettstreit eventisiert.

Am 29. Juni 1826 forderte der Kunstgärtner Johann Jakob Koch die Bewohner:innen der Stadt Basel zu einem Spaziergang durch die Orangerie des Botanischen Gartens der Universität auf. »Da die Gewächse nun in der schönsten Blüthe sich befinden, so wird ein Gang dahin Niemand reuen«,[1] versicherte Koch im *Avisblatt*, dem örtlichen Anzeigenblatt. Es war allerdings nicht sein Gärtnerstolz, der ihn zur Vorführung der Pflanzen bewog – sondern die Hoffnung, sie zu Geld machen zu können.

Seit 1804 als Universitätsgärtner angestellt, bezog Koch einen wesentlichen Teil seines Einkommens aus der Bewirtschaftung des Gartens.[2] Er hatte in den Vorjahren bereits mehrfach im *Avisblatt* annonciert und den Verkauf von Samen, Zwiebeln und ganzen Pflanzen beworben. Hier nun aber ging es nicht mehr um einen kontinuierlichen Gartenfachhandel, sondern um die Veräußerung seiner gesamten Pflanzensammlung – motiviert wohl entweder durch ein baldiges Ausscheiden aus dem Universitätsdienst oder durch die Baufälligkeit der Orangerie, deren Abriss drohte, ohne dass bis dato ein neues Treibhaus projektiert werden konnte.[3] Koch verfügte über ein außerordentlich großes Angebot an Gartenpflanzen, zwei Gutachter schätzten die Sammlung auf 6.000 Franken. Was ihm fehlte, war eine entsprechende Nachfrage – das Basler Bürgertum war zwar botanophil, Kochs umfangreiches Angebot überstieg aber bei Weitem das herkömmliche Kaufinteresse.[4] So schreibt Koch an anderer Stelle, dass sich für einige der größeren Pflanzen durchaus Interessenten eingestellt hätten, aber »der

Absatz im Ganzen Schwierigkeiten fand«.[5] Ohne eine ausreichende Zahl von Nachfrager:innen konnte er bestenfalls einen Teil seiner Pflanzen veräußern, und ohne entsprechenden Konkurrenzdruck auf der Nachfrageseite womöglich auch nur zu niedrigen Preisen. Der erzielbare Marktwert der gesamten Sammlung lag, gerade auch weil sie auf einen Schlag angeboten wurde, deutlich unter ihrem Schätzwert.

Um einen Markt für seine Pflanzen zu schaffen, musste Koch die potenziell vorhandene Nachfrage mobilisieren und möglichst zusätzliche Nachfrage generieren. Dies war einerseits eine Frage des →Bewerbens: Durch Anzeigen wie jene aus dem Juni 1826 erfuhren die an Gartenpflanzen interessierten Basler:innen von der Kaufgelegenheit, zudem mochte der vorgeschlagene Spaziergang bei manchen zu einem bisher nicht gegebenen Kaufinteresse führen, wenn sie im Flanieren von der Blüten- und Blätterpracht eingenommen wurden.[6] Andererseits war solches Bewerben angesichts des enormen punktuellen Überangebots wohl kaum allein ausreichend, um die Pflanzensammlung vollständig und zu guten Preisen zu veräußern. Analog zu (wiederkehrenden) organisierten Marktveranstaltungen wie Waren- und Wechselmessen oder Wochenmärkten für Lebensmittel brauchte es eine (hier aber einmalige) organisierte Marktsituation: eine Veranstaltung, die das Zusammenfinden möglichst vieler potenzieller Nachfrager:innen ermöglichte und attraktiv machte, diese in Konkurrenz zueinander brachte, die Konkurrenzsituation für alle explizierte, ein konkretes Verfahren für das Konkurrieren festlegte – kurzum: das Kauf- und Verkaufsgeschehen selbst zum Ereignis machte.[7]

Für solche einmaligen, situativen ›Marktevents‹ waren in der Frühneuzeit verschiedene Formate bekannt. Koch entschied sich für eine zu seiner Zeit seltener gewordene, dem Publikum aber immer noch wohlvertraute und populäre Form: Er veranstaltete eine Warenlotterie. Zu diesem Zweck hatte er bereits im Vorjahr, im Juli 1825, eine zweiseitige Anzeige im Basler Anzeigenblatt geschaltet. Sie publizierte seinen »Plan einer Pflanzenlotterie«, die mit Bewilligung der Kantonsregierung und unter Aufsicht einer Kommission des Stadtrats »ausgespielt werden soll«.[8] Eine Tabelle gibt Auskunft über das Arrangement der Pflanzen zu 1.146 Preisen (der Hauptpreis bestand aus zwölf Bäumen im Wert von über 600 Franken), die mit 854 Nieten zu insgesamt 2.000 Losen kombiniert wurden. Der Wert der einzelnen Pflanzen wurde von »unpartheiischen Experten«, den Kunstgärtnern Caillat und Fürbringer, geschätzt und summierte sich wie erwähnt auf 6.000 Franken. Der Lospreis betrug 30 Batzen, also drei Franken, so dass die Gesamtheit der Lo-

se ebenfalls 6.000 Franken wert war. Koch bekundete explizit, keine Profite über den – versprochenermaßen objektiv bestimmten – Wert der Sammlung hinaus machen zu wollen. Lose waren beim Notar Dietz erhältlich, der die Einnahmen treuhänderisch bis zur Ziehung verwaltete. Die auf Ende September 1825 geplante Ziehung sollte unter Aufsicht der Stadtratskommission durch vier Waisenknaben vorgenommen werden, die, als Symbol der Unschuld, die Objektivität und Unparteilichkeit des Verfahrens gleichsam verkörperten.

Die Pflanzenlotterie folgte damit ganz den üblichen Gepflogenheiten bei Lotterien, die besonders im 18. Jahrhundert in großer Zahl allerorts um die Beteiligung und die Einsätze des Publikums warben.[9] Hervorzuheben ist hierbei einerseits die Hochkonjunktur der Klassenlotterie und besonders des neuen Zahlenlottos, also von Geldlotterien, die in aller Regel Finanzierungszwecken dienten: lokal etwa karitativen Vorhaben wie dem Neubau eines Armenhauses, dem Wiederaufbau nach einem Stadtbrand oder der Aussteuer von Waisenmädchen, überregional der Staatsfinanzierung oder dem Aufbringen von Kriegskontributionen. Entsprechend wurden in solchen Lotterien geringere Summen ausgeschüttet als durch Losverkauf eingenommen – die Differenz bildete, nach Abzug des Verwaltungsaufwands, als Reinerlös die angestrebte Einnahme. Die im Fokus dieses Textes stehenden Warenlotterien dienten hingegen zumeist als Vermarktungs- bzw. Verkaufsinstrument, so dass hier oftmals – wie bei Koch – betont wurde, dass der Erlös aus dem Losverkauf genau dem Wert der ausgespielten Ware entsprach; gelegentlich wurde noch der explizite Aufwand dagegen gerechnet, der sich in der Regel auf das Drucken der Lose und Pläne, die Bewerbung und gelegentlich auch Notariatskosten beschränkte.

Von seiner Gründung 1729 bis in die 1770er Jahre hinein verzeichnete das Basler Anzeigenblatt zahlreiche Verlosungsankündigungen, etwa von Silberarbeiten, Schmuck, Büchern (einmal speziell von Bibeln), Uhren, Porzellan, Spiegeln und Möbeln, dann auch für Pferde, Kutschen, Waffen, Gemälde und Materialien bzw. Halbfabrikate wie Holz, Marmor und Leinen in Großhandelsmengen. Intelligenz- und Anzeigenblätter anderer Städte zeigen ein ähnliches Spektrum von Verlosungsanzeigen. So finden sich beispielsweise im Duisburger *Intelligentz-Zettel*, dem Intelligenzblatt für die preußischen Provinzen Kleve, Mark und Geldern, zahlreiche Anzeigen, welche das Verlosen von Pferden und Gemälden, Möbelstücken und Uhren, auch einer Kutsche oder eines einzelnen Kleidungsstücks ankündigen.[10]

Auch im frühen 19. Jahrhundert stand Koch mit seiner Lotterieanzeige keineswegs allein. Neben seiner Pflanzenlotterie wurden in Basel weiterhin Buchlotterien angekündigt und sogar die Verlosung eines vollständigen Landgutes mit dem passenden Namen »Goldbrunnen«. Im Vergleich zum 18. Jahrhundert zeichnet sich aber eine Verschiebung ab: Die Warenlotterien hatten den Höhepunkt ihrer Beliebtheit als Vermarktungsinstrument überschritten, an ihre Stelle traten nun zunehmend eher karitativ gedachte Verlosungen von Handarbeiten und Kunstwerken.[11] Um die Wende zum 19. Jahrhundert, so könnte man zuspitzen, verlor die Warenlotterie allmählich ihre Funktion als Marktevent und wurde zu dem harmlosen Tombola-Vergnügen, als das wir sie bis heute kennen.

Was aber ließ die Lotterien, wenn auch nur für begrenzte Zeit, zu einem Absatz- und Vermarktungsinstrument werden? Das Verlosen als Vermarktungs- und Eventisierungspraxis bot sich immer dann an, wenn die Nachfrage im Verhältnis zu einem punktuellen Angebot klein schien, doch ohne unmittelbaren Zeitdruck mobilisiert werden konnte. Die Ziehung der Gewinnlose erfolgte in der Regel erst, wenn auch tatsächlich alle Lose verkauft worden waren – sofern zu Beginn Ziehungstermine überhaupt avisiert wurden, mussten sie oftmals verschoben werden. Koch erging es nicht anders. Die in der Ankündigung im August 1825 in Aussicht gestellte Ziehung bereits Ende September ließ sich gar nicht realisieren, dann galt es zunächst die Pflanzen zu überwintern. Aber auch im Frühjahr 1826 bereitete der Absatz der Lose weitere Schwierigkeiten. Im Juni unterrichtete Koch per Anzeige darüber, dass der Rat einer Verschiebung der Ziehung bis zum 31. Juli zugestimmt habe; dieser Termin war ultimativ. Zugleich versuchte er die Teilnahme an der Lotterie attraktiver zu machen und gab denjenigen »Liebhabern u. Liebhaberinen [sic], deren Loose bey der Ziehung leer ausgehen würden, die Zusicherung, sich dennoch Eine ihrem Geschmack überlassene Pflanze auswählen zu können, so daß eigentlich niemand eine Niete erhält«.[12] Ende Juni erfolgte die eingangs erwähnte Aufforderung zum Spaziergang (und die finale Bewerbung des Kaufs von Losen). Da es an weiteren Nachrichten mangelt, dürfte die Verlosung schließlich tatsächlich, wie vom Rat festgelegt, am 31. Juli erfolgt sein. Wie viele Lose Koch tatsächlich verkaufen konnte, bleibt unklar, aber es dürfte ein beträchtlicher Teil gewesen sein – andernfalls hätte Koch die Lotterie noch absagen und die Ticketpreise erstatten können, was wiederum im lokalen Anzeigenblatt zu lesen gewesen wäre.

Dass sich die ursprünglich nach sechs Wochen Losverkauf geplante Ziehung um glatte zehn Monate verzögerte, ist ein deutlicher Indikator für das

anhaltende bzw. nur langsam abnehmende Missverhältnis von Angebot und Nachfrage. Der lange Zeitraum und das zugespitzte Glücksversprechen – nicht nur schöne Dinge gegen Bezahlung ihres Werts, sondern womöglich eine wertvolle Sache um den Preis eines viel günstigeren Loses erhalten zu können – ermöglichten es Koch nun aber, kontinuierlich weitere Gartenfreund:innen anzusprechen. Dies tat er nicht nur in der Stadt, sondern auch weit darüber hinaus, etwa gleich zu Beginn durch eine überregionale Anzeige im Journal *Der Schweizer-Bote*.[13] Das Kollektiv der Abnehmerschaft ließ sich so im Zeitverlauf und räumlich schrittweise, sozusagen extensiv vergrößern (→Kaufen), ohne dass Koch Sorge haben musste, dass ihm Interessierte der ersten Stunde wieder absprangen: War ein Los erst einmal verkauft, war das in eine Gewinnchance verwandelte Kaufinteresse auf Dauer gestellt und ›per Vorkasse‹ entgolten.

Diese langwierige Akquise potenzieller Käufer:innen war aber mühsam und zugleich die Geduld der Losbesitzer:innen durchaus begrenzt. Als Koch 17 Jahre später, im Juni 1843, aufgrund eines bevorstehenden Ortswechsels innerhalb Basels erneut vor dem Problem stand, »seine nicht unbedeutende Sammlung von Pflanzen aller Arten, [...] besonders sehr schöne Orangen, Myrthen, Oleander, Granaten, Jasminen weiße und gelbe, Feigenbäumchen«,[14] zu veräußern, zog er ein weniger komplexes Marktevent vor: Die Stadt bewilligte ihm, »diese Pflanzen auf der Rheinbrücke vis-à-vis der Apotheke zum Verkauf aufzustellen; man wird sich bestreben, durch die zweckmäßige Auswahl täglich dem gütigen Zutrauen geehrter Liebhaber zu entsprechen«.[15] Die Nachfragekonzentration fand hier also durch einen *pop-up sale* statt, einen zeitlich nicht klar begrenzten Einmalverkauf an prominenter Lokalität, bei dem man als Gartenliebhaber:in besser schnell vorbeischaute, ehe die schönsten Gewächse verkauft waren.

Im Folgejahr erlebten die Basler:innen ein drittes und letztes Mal ein Marktevent zum Verkauf Koch'scher Pflanzen, diesmal allerdings wieder in einer Form, welche die Vermittlung von Nachfrage und Angebot gesamthaft, in einem organisierten Verfahren vorsah. Im Frühjahr 1844 war Koch verstorben. Seine Erb:innen ließen seine materielle Hinterlassenschaft in zwei Auktionen versteigern, und zwar am 11. April ab 13 Uhr sein Assortiment von Zierpflanzen, insbesondere seine »collektirte Sammlung von schönen jungen Pommeranzen und Citronen-Bäumen, Myrrten, Cipressen und Geranicum«,[16] sowie am 18. April zur selben Zeit seinen Hausrat und »ein vollständiges Assortiment Gartengeschirr, als: Spaten, Kärste, Hacken, Baumsägen, Haagscheeren, Rechen, Wurfgitter, Gießkannen, Kärren, circa

30 Frühbeetfenster, aller Art Gemüssämereien und ein Quantum bester Pflanzen-Erde«.[17]

Auktionen – oder Ganten, wie sie im süddeutschen, österreichischen und schweizerischen Raum genannt wurden – waren eine geeignete Organisationsform für ein Marktevent, wenn die Veräußerung keinen großen Aufschub duldete bzw. der Aufwand für eine lange Akquise potenzieller Käufer:innen, wie bei der Warenlotterie, nicht lohnend erschien. In der erhitzten Konkurrenzsituation des Ersteigerns konnte man zudem auf einen im kurzen Zeithorizont höchstmöglichen Erlös erhoffen, indem sich manche Nachfrager:innen im Eifer des Gefechts vielleicht zu höheren Geboten hinreißen ließen, als sie ursprünglich auszugeben beabsichtigten (→Preisbildung beeinflussen). Für die Veräußerung der materiellen Hinterlassenschaft eines Erblassers oder einer Erblasserin kamen Auktionen regelmäßig zustande, bei Insolvenzen wurden zudem amtliche Zwangsversteigerungen üblich. Ein grundsätzlicher Vorteil der Auktion war, dass der Organisationsaufwand für den Anbieter oder die Anbieterin oftmals weit geringer ausfiel als im Fall der (dafür werbewirksameren) Warenlotterie, da es an vielen Orten amtliche Auktionatoren gab, die man für diese Aufgabe in Anspruch nehmen konnte. Ab dem 19. Jahrhundert oblag dies in der Regel den Amts- bzw. Bezirksgerichten (entsprechend wurden auch die zwei Vergantungen der Koch'schen Erbmasse nicht von der Familie selbst, sondern vom zuständigen Amtmann Heinrich Tschientschy annonciert).[18]

Neben dem Ausspielen und Auktionieren bestand noch eine dritte Möglichkeit, Nachfrage zu attrahieren und mit dem Angebot in einem organisierten Verfahren eventhaft zu vermitteln: einen Wettbewerb mit Antrittsgeld zu organisieren und das Angebot als Preis auszuloben. Dies geschah im 18. Jahrhundert vor allem in Form des Wettschießens, nicht zuletzt aufbauend auf einer langen Tradition der Schützenfeste und ihrer seit dem 15. Jahrhundert zunehmenden »Versportlichung« und »Verfestlichung«.[19] Die Zufälligkeit des Losens wurde hier durch die Demonstration der Könnerschaft der Interessierten ersetzt, wenngleich ein Zufallselement erhalten blieb.

Nicht immer war im Vorhinein klar, welche der komplementären Vermarktungsmethoden – Versteigern, Verlosen, Verschießen – die in der spezifischen Situation des oder der Verkaufenden am besten geeignete war. So war etwa im Basler *Avisblatt* vom 12. Februar 1732 zu lesen, Mitte März solle ein dreieinhalb bis vier Jahre altes, »sehr schön und gutes schwartzes Reith-Pferd [...] verschossen oder Preis gegeben werden; Das Pferdt solle fl. 160. aestimirt, und per jeden Doppel ein halber Gulden oder

(wo nicht genugsame Schützen) nach Proportion deroselben bezahlet, zu dem Pferdt aber sambtlichen Herren Liebhaberen der Augenschein, vor dem Freyschiessen, vergönnet werden«.[20] Im Idealfall würden ausreichend schusswillige Schützen zusammenkommen, um 320 Doppelschüsse abzugeben, womit die 160 Gulden vorgeblichen Werts des Pferdes eingenommen wären (jeder zusätzliche Doppelschuss brächte Profit). Kämen weniger Schüsse zusammen, wäre pro Doppelschuss ein entsprechend höherer Preis zu zahlen. Offenkundig aber beschlichen den Inserenten rasch Zweifel, ob dies die beste Lösung sei – denn in der nächsten Ausgabe des *Avisblatts* eine Woche später war zu lesen: »Der Possessor desjenigen Pferdtes, welches laut jüngst-gethaner Publication verschossen werden sollen, hat seine dißorthige Meynung geändert, und sich dargegen entschlossen, selbiges durch eine Lotterie zu verloosen«.[21] Diese solle aus 160 Billets zu einem Gulden bestehen, mit einem Treffer und 159 Nieten. Wer das Glückslos zöge, könne gegen eine Spende von 16 Gulden an die Armen das Pferd erhalten, welches ja den zehnfachen Wert der Spende hätte – ein karitatives Whitewashing des geplanten Glücksspiels. »Solten sich aber wider Vermuthen nicht genugsame Liebhabere darzu finden, so bleibet es bey dem vorgehabten Freyschiessen« – was dann tatsächlich so geschah.

Sowohl Auktionen als auch Verlosungen und Verschießungen waren soziale Ereignisse, an denen ein Publikum nicht nur mit Blick auf eigene ökonomische Transaktionen teilnahm, sondern um sich zu unterhalten – direkt im Verfolgen des Geschehens, aber auch mit anderen Vergnügungen, die damit einhergehen konnten, wie dem Verkauf oder der Ausgabe von Speisen und Getränken. Auf diese Weise ließen sich auch Verlosungen attraktiver machen, indem man sie in Wirtshäusern abhielt oder gar gleich eine freie Bewirtung versprach – so bei der Verlosung eines Wallachs in Moers, die im Herbst 1736 im Duisburger *Intelligentz-Zettel* angekündigt wurde: »auch gibt der Verspieler 2. Tonnen gut Bier / nebst Pfeiffen und Taback / und der Gewinner ein Ancker guten Wein zum freyen Gelach«.[22] Noch stärker wurde dies bei einer Viehverlosung akzentuiert, die 1727 in Bockenheim bei Frankfurt am Main abgehalten werden sollte: Passend zur »Kirch-Weyhung« wurde die Ausspielung eines »jungen wohlgewachsenen fetten Stier[s]« im Gasthaus zur »Neuen Cron« angekündigt, »bey einem Tantz mit musicalischen Instrumenten« und »guter Speiß und gutem Tranck«. Und auch hier appellierte bereits die Anzeige an die Großzügigkeit des prospektiven Gewinners: »anbey der Gewinner sich nicht wird mißfallen lassen, der Compagnie ein Beliebiges zu verzehren zum Besten zu geben«.[23]

Marktevents hatten also unzweifelhaft hohen Unterhaltungswert – von der Vorfreude im Blick auf interessante Waren bzw. Objekte über die soziale Zusammenkunft, das Begleitprogramm, das Mitfiebern im Verteilungsprozess bis hin zur Begeisterung oder Enttäuschung über gewonnene und nicht gewonnene, errungene und nicht errungene Preise. Der Unterhaltungswert des Marktevents war durchaus Mittel zum Zweck: Indem das Publikum angezogen und in angeregte Stimmung versetzt wurde, stieg die Wahrscheinlichkeit, dass von den Veranstalter:innen beabsichtigte Transaktionen zustande kamen. Gleichwohl war die Unterhaltung dem Marktgeschehen nicht als etwas Wesensfremdes aufgesetzt. Märkte sind immer soziale Veranstaltungen, nicht nur im soziologischen Sinn einer Relationierung ökonomischer Akteur:innen: Marktgeschehen impliziert stets auch Interaktion, die nicht auf ›rein‹ ökonomische Tauschbeziehungen zu reduzieren ist. Marktevents nutzen und steigern diesen Aspekt von Märkten in spezifischer und gezielter Weise. Umgekehrt konnte aber natürlich die Unterhaltung selbst ein Geschäft sein: Manch ein gewiefter Wirt nutzte etwa Verspielungen, um einen Mindestverzehr von allen Anwesenden zu fordern und sich so wiederum einen sicheren Profit am Vergnügen zu sichern.[24]

Neben dem singulären Verlosen und Verschießen konkreter Objekte und Bestände wurden Warenlotterien nicht selten auch systematisch als Marketinginstrument eingesetzt. Dies ist etwa aus der Buchhandelsgeschichte bekannt,[25] gilt aber etwa auch für Porzellanverlosungen, wie sie in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts von verschiedenen Manufakturen bzw. für deren Produkte veranstaltet wurden. In den Jahren 1775 und 1776 warben die Gebrüder Isaac in Wesel und Kleve und Umgebung wiederholt mit Handzetteln für ihre Warenlotterien. Im Herbst 1775 etwa beginnt ein solches »Avertissement zu einer Ausspielung von Berliner Porcellain« wie folgt: »Da die Vortrefflichkeit und Güte des Berliner Porcelains in unserer Gegend und außerhalb Landes sehr wenig bekannt, und wegen der Entfernung der Fabrike eines jeden Sache nicht ist, solches sich selbst kommen zu laßen […] haben wir Unterschriebene mit allergnädigster Erlaubnis uns entschlossen, eine abermalige Ausspielung […] vorzunehmen«.[26] Ähnlich bewarb im Herbst 1773 ein Basler Distributor der Züricher Porzellanmanufakur eine von der Manufaktur selbst durchgeführte Verlosung und betonte, dass ihre Produkte bei ihm in Augenschein genommen werden könnten, »wohl überzeugt, daß die Schönheit und vortrefliche Qualität der Unternehmern Ehre vermehren wird, Bestellungen auf Muster werden auch angenommen und bestens besorgt«.[27]

Solche Porzellanlotterien dienten also einerseits der Organisation des Verkaufs bereits produzierter Warenbestände, andererseits einer Bewerbung der Produkte an sich (und ihrer Distributor:innen), in der Hoffnung auf künftige Nachfrage und besonders der Nachfrage durch gezielte Bestellung. Ähnlich lässt sich zumindest für den Basler Fall beobachten, dass Silberschmiede, Uhr- und Büchsenmacher regelmäßig größere Bestände ihrer Produktion zu verlosen oder gar zu verschießen trachteten, dies also womöglich, zumindest für einige Zeit, als ihr reguläres Absatzinstrument betrachteten. In Zeiten zunehmender Nachfrage nach solchen Konsumgütern, in denen sich ein entsprechender lokaler Fachhandel erst entwickelte, war dies eine sinnvolle Strategie für Hersteller, die über Auftragsfertigung hinaus die Produktion von Konsumgütern in größerer Menge für den überregionalen Absatz, direkt an die Endverbraucher:innen anstrebten. Die Strategie wurde auch von zeitgenössischen Beobachtern empfohlen, so etwa vom Kameralisten Christian Ludewig von Griesheim in einem Beitrag für die »Leipziger Sammlungen« von 1755. Er sah in Warenlotterien eine gute Möglichkeit zur »Verstärckung angehender Fabricken [… die] ihre verfertigte[n] Waaren gerne los werden«,[28] sofern diese glaubhaft machten, »der intendirte Profit bestünde nicht im Anschlag der Waare über den currenten Werth, sondern in gewisser Abnahme im Gantzen, und in prompter Bezahlung«.[29]

Nicht alle Zeitgenoss:innen aber standen Lotterien und Verlosungen so positiv gegenüber: Vielmehr war auch die mögliche Übervorteilung von Konsument:innen in der Verlosung von Waren ein altbekannter Topos, primär im Zusammenhang mit den sogenannten Glückshäfen oder Glücksbuden, also Losständen, die vor allem auf Markt- und Jahrmarktveranstaltungen anzutreffen waren.[30] Den Betreiber:innen ging es nicht um den Absatz spezifischer Waren, sondern darum, aus dem Losverkauf größere Einnahmen zu erzielen, als sie für die Bereitstellung der Sachpreise ausgeben mussten. Grundsätzlich waren daher ein großer, in der Regel unbekannter Anteil der Lose Nieten, die Preise oft von schlechter Qualität und der Vorwurf des Betrugs nicht weit.[31] Wie etwa auch eingangs bei der Pflanzenverlosung von Johann Jakob Koch gesehen, bemühte man sich daher, in den Prospekten von Warenlotterien größtmögliche Transparenz zu demonstrieren, die Zahl der Lose und Nieten, die genauen Gewinne und ihren realistisch geschätzten Wert penibel mitzuteilen – mitsamt der Versicherung, keinen über den ›wahren‹ Warenwert hinausgehenden Profit erzielen zu wollen und für unparteiische Ziehung und überhaupt obrigkeitliche Überwachung zu

sorgen. Griesheim erstellte einen ganzen Katalog von Empfehlungen für die Konzipierung von Warenlotterien, unter anderem solle man sogar ganz auf Nieten verzichten – wohl um sich in aller Klarheit vom Glücksbudenwesen abzusetzen.

Für Griesheim hatte das Vermarktungsprinzip der Warenlotterie großes Potential und viele Vorteile:

»Wenn diese Anstalt recht bekannt wird: so glaube ich, eine iede Provinz eines Landes kann alle Jahr eine Lotterie wenigstens von 20000 R[eichs]th[a]l[e]r wert halten; niemand würde darüber klagen; die Entreprenneurs würden ihre Waare vortrefflich los; die Interessenten blieben in gutem Appetit sich immer wieder zu melden, weil die Einlage klein, der Verlust nicht gefühlet wird, der Gewinn aber sehr angenehm«.[32]

Freilich setzte dies voraus, dass die Konsument:innen zum Großteil vorläufig weder mit entsprechenden Porzellanservices, Uhren, Spiegeln und anderen neuen Konsumobjekten hinreichend ausgestattet waren noch über das Budget verfügten, sie sich gezielt und genau dem eigenen Geschmack entsprechend zu kaufen.

Paul Jacob Marperger hatte in seinen Reflexionen über das Lotteriewesen von 1715 auf das Problem verwiesen, dass jemand besonders in Bücherlotterien vielleicht nicht gewänne, »was er präcise vielleicht verlangt gehabt«, aber es sei ja in jedem Fall ein Gewinn, und es stünde ihm allzeit offen, »das unanständige anderweitig wieder zu vertauschen, oder zu verkaufen«. Johann Heinrich Gottlob von Justi kommentierte diese Passage knapp 50 Jahre später, als Herausgeber von Marpergers Schrift, deutlich skeptischer. So sei der vorgestellte Fall einer Erfurter Bücherlotterie von 1713, die explizit als zweckdienliche Alternative zur herkömmlichen Auktion präsentiert wird, aufgrund der mangelnden Spezifität des Ergebnisses doch vielmehr die weniger zielführende Alternative und allein der zu Beginn des Jahrhunderts »recht ausschweifende[n] Begierde zu Lotterien« zuzurechnen – es habe schließlich nichts gegeben, worüber keine Lotterie veranstaltet worden wäre.[33]

Ab dem späten 18. Jahrhundert und dann besonders im 19. Jahrhundert rückten zunehmend andere Vermarktungspraktiken in den Vordergrund, Produkte zielgenauer an den Mann und an die Frau zu bringen. Hierzu trugen einerseits größere Kapazitäten der Marktbeobachtung und der passgenaueren Distribution durch industrielle Unternehmen bei, also das verstärkte Bemühen um eine Anpassung des Angebots an die spezifische Nachfrage – was auch eine Differenzierung im Hinblick auf verschiedene

Geschmäcker und unterschiedlich große Geldbeutel bedeutete (→Form finden). Zum anderen implizierten zum Beispiel das Aufkommen eines lokal verankerten Fachhandels, des katalogbasierten Versandhandels und des Prinzips der Ratenzahlung, dass Konsument:innen einfacher Konsumgüter finden und erwerben konnten, die genau dem eigenen Geschmack und Bedürfnis entsprachen – angesichts solcher Wahlmöglichkeiten war ein auf Zufälligkeit basierter Erwerb, wie ihn eine Warenlotterie bedeutete, immer weniger attraktiv. Auch vertrug sich letzterer wenig mit dem wichtiger werdenden Ethos ökonomischer Rationalität und Zurechenbarkeit (ein Konsumgut soll verdient, erarbeitet werden).

Der Glaube an die Glücksversprechen des Marktes ist aber auch heute noch ungebrochen, sie sind, folgt man der einschlägigen Kulturkritik, heute vielleicht sogar stärker als je zuvor. So überrascht es nicht, dass sich Verlosungen im Einzelhandel auch heute noch großer Beliebtheit erfreuen. Wenn wir nur genügend Gemüsekonserven oder Fischstäbchen bei dem ›richtigen‹ Anbieter bzw. von der ›richtigen‹ Marke kaufen, können wir hoffen, ein neues Auto zu gewinnen. Den moralischen Rahmen schaffen dabei nicht der bewährte Waisenknabe oder eine Gewinnabgabe an die Armen, sondern der Bezug auf den WWF und den lokalen Tierschutzverein. Auch bezahlen wir die Teilnahme an der Verlosung in einer anderen Währung, den persönlichen Daten als Rohstoff der Marktforschung. Die Warenlotterie dient damit nicht mehr nur der einmaligen Rekrutierung von Käufer:innen für vorhandene Ware, sondern abonniert sie gleichsam für künftige Verkaufsanstrengungen. Die größte Differenz zu den frühneuzeitlichen Warenlotterien liegt aber darin, dass die Verlosung hier nur noch begleitendes, verkaufsförderndes Gewinnspiel ist und nicht mehr Transaktionsmechanismus: Anders als bei den Orangenbäumen, beim Porzellanservice und bei Landgütern stellt der Wagen als Hauptpreis lediglich eine aus dem Marketingbudget der Lebensmittelfirma finanzierte Dreingabe dar. Nicht Teil der Verlosung ist hingegen das eigentlich zu vermarktende Gut, also der Dosenmais oder der Tiefkühlfisch, deren ohnehin bestehende Märkte lediglich ›angekurbelt‹, nicht durch die Verlosung selbst konstituiert werden sollen.

In ihrer heutigen Form als begleitendes Gewinnspiel könnte man die Verlosung also in die Reihe jener Innovationen einreihen, die bereits gegebene Austauschprozesse und Marktbeziehungen eventisierten und attraktiver machten: wie das Schaufenster oder das Kaufhaus, die gängigen Narrativen zufolge wesentlich an der Hervorbringung der modernen Welt des Shopping als Erlebnis, als bedeutender und identitätsstiftender Aktivität der indus-

triellen Konsumgesellschaft beteiligt waren.[34] Der Blick auf Lotterien, Verschießungen und Auktionen unterstreicht dagegen, wie auch frühneuzeitliches Marktgeschehen zum Erlebnis werden konnte – und zwar nicht allein durch begleitende Vergnügungen wie Jahrmarktattraktionen oder das Freibier zu Verschießung und Verlosung. Der Erlebnischarakter rührte vielmehr oft aus einer raffinierten Organisation des Geschehens im ökonomischen Kern des Marktes, aus der Ausgestaltung des Markttauschs selbst als spezifisches Verfahren, als eigentliche Veranstaltung einer Marktsituation in Form eines anziehenden und mitreißenden Marktevents.

Alexander Engel / Christina Brauner



Zugang finden

Wie gelingt es, Geschäfte auf bereits bestehenden Märkten zu tätigen? Zunächst müssen lokale Praktiken, Konventionen und Netzwerke identifiziert, evaluiert und bei Aushandlungs- und Verständigungsprozessen berücksichtigt werden. Mitunter wird Marktpartizipation aber auch mit Gewalt und diplomatischem Druck durchgesetzt.

Gelächter und Spott – so vermerkte das Bordbuch von Vasco da Gamas Expedition – hätten sie geerntet, als er und seine Kaufleute im Mai 1498 als erste Europäer in der indischen Stadt Calicut (heute: Kozhikode) ihre Handelswaren für eine offizielle Inspektion vorlegten.[1] Hierfür hatten die Portugiesen eine Auswahl ihrer Waren in einen Küstenvorort bringen müssen, wo ein einflussreicher muslimischer Kaufmann und ein im Bordbuch *Faktor* genannter Amtsträger des Herrschers von Calicut auf sie warteten.[2] Beide Männer gehörten zu einer Gruppe muslimischer Kaufleute, die seit vielen Jahrzehnten, in Familienverbänden organisiert, den Handel in Calicut dominierten.[3] Ein zentrales Element ihrer Kontrolle über das Marktgeschehen war die obligatorische Prüfung der Waren, die im Falle der Portugiesen nur wenige Augenblicke dauerte. Die Händler warfen einen Blick auf die roten Stoffe, Hüte, Korallen, den Bernstein, zinnerne Trinkgefäße, Bronze und Leinen, die vor ihnen ausgebreitet waren – und lachten die Neuankömmlinge aus. Der Faktor und seine Begleiter erklärten den empörten Portugiesen, dass ihre Waren als Geschenke unwürdig und wirtschaftlich uninteressant seien.

Das Ziel, Zugang zu den (Gewürz-)Märkten der Stadt zu erhalten, rückte damit zunächst in weite Ferne. Dabei wäre die Gelegenheit günstig gewesen, da Händler aus der Region noch auf das Ende des Monsuns warteten und sich in Calicut gewaltige Mengen von Ingwer, Pfeffer, Zimt und Nelken stapelten. Um aber auf den lokalen Märkten handeln zu dürfen, hätten die Waren der Portugiesen zunächst als adäquate Geschenke anerkannt und dem

Zamorin (eigentlich: Samoothiri) genannten Herrscher der Stadt überreicht werden müssen. So blieb den Portugiesen letztlich nichts anderes übrig, als neue Wege des Marktzugangs zu suchen.

Der Zugang zu Märkten, so zeigt diese Szene aus da Gamas Bericht eindrücklich, war nicht selbstverständlich, sondern voraussetzungsreich. Seine Schilderungen machen deutlich, wie wichtig bestehende Handelskontakte und Marktwissen, aber auch Improvisation, Hartnäckigkeit und Flexibilität waren. So musste die portugiesische Expedition nicht nur die Erfahrung machen, dass sie über mangelhafte Kenntnisse der lokalen Handelspraktiken verfügten. Sie waren auch nicht im Bilde, welche Waren auf den Märkten in und um Calicut im ausgehenden 15. Jahrhundert gefragt waren. Ihr Unvermögen, sich auf lokale Marktpraktiken in Calicut einzustellen, kompensierten die Portugiesen durch Praktiken, die sie im Rahmen kolonialer Machtansprüche aus Europa übertrugen und mittels derer sie den Zugang zunächst durch Umgehung der Marktakteur:innen und zuletzt mit Gewalt erzwingen wollten.

Sei es, dass der Faktor und seine Partner den Marktzugang aus wirtschaftlichem Eigeninteresse regulierten, um eine bestimmte Warenqualität zu gewährleisten oder um zu prüfen, dass es sich bei den Europäern nicht um Piraten oder Diebe handelte: Da Gamas Bericht zeigt, dass die Portugiesen Probleme hatten, die angebrachten Handels-, Tausch- und Geschenkpraktiken zu identifizieren. Da Gamas Hoffnung, die Waren in Form eines Gabentausches vom Zamorin im Tausch gegen europäische Waren von weit geringerem Wert zu erhalten, wurde enttäuscht.

Das Unvermögen der Portugiesen führte jedoch nicht zu einem kritischen Nachdenken über den Wert der eigenen Waren und das eigene Vorgehen. Stattdessen stellte der Autor des Bordbuchs die Verweigerung des Marktzugangs gegenüber den Auftraggebern in Portugal als eine religiös motivierte Intrige muslimischer Kaufleute dar. So lenkten er und seine Gefährten die Verantwortung für das Scheitern von sich ab.

Der Verdacht war insofern naheliegend, als dass die Portugiesen in Calicut ökonomische und diplomatische Ziele gleichermaßen verfolgten. Der Autor des Bordbuchs fasste dies anlässlich einer unerwarteten Begegnung bei ihrer Ankunft in Indien zusammen. Als die Portugiesen zum ersten Mal ein Boot an die Küste schickten, habe man sie zu ihrer großen Verblüffung auf Genuesisch und Kastilianisch begrüßt.[4] Sie trafen hier auf muslimische Kaufleute aus Tunis, die von der Ankunft europäischer Schiffe im indischen Ozean völlig überrascht waren. Laut dem Bordbuch hätten diese erstaunt

gefragt: »Hol Dich der Teufel! Wer hat Dich hergebracht?«, woraufhin da Gamas Vertreter geantwortet habe: »Wir kommen, Christen und Gewürze zu suchen«.[5] Kurz darauf behauptet der Autor des Bordbuchs auch schon, dass der erste Teil ihrer Mission erfüllt sei, indem er die lokalen Hindu als Christ:innen einordnete. Somit blieb laut dem Bordbuch nur noch die Aufgabe unerfüllt, Handelsbeziehungen herzustellen.

Da ihnen der Zugang zum Calicuter Gewürzmarkt versperrt blieb, mussten die Portugiesen auf alternative Strategien setzen. Für da Gama stand dabei fest, dass der einzige Weg hierfür direkte Verhandlungen mit dem Zamorin waren. Daher pochte er auf seinen offiziellen Status als Gesandter und erhielt eine Audienz beim Herrscher. Unbeeindruckt von der negativen Reaktion versuchte da Gama zuerst die Praktik des Gabentausches anstelle des Handels zu nutzen. Entgegen der lokalen Konvention, dass er bei einer Audienz besonders prunkvolle Gaben hätte anbieten müssen, drängte er aber – vermutlich von Schilderungen Marco Polos angeregt – darauf, dass im Gegenteil ihm als Gast kostbare Geschenke zustünden. Auch wenn dieser Plan scheiterte, gelang es da Gama mit einem offiziellen Schreiben des Königs von Portugal, Manuel I., in dem jener sich als großer Herrscher eines überreichen Landes inszenierte, das Interesse des Zamorin an zukünftigen Beziehungen zu wecken.[6] Der Zamorin gewährte daraufhin eine Ausnahmegenehmigung, und die Portugiesen konnten nun zumindest ihre mitgebrachten Waren zum Kauf anbieten. Wie die folgenden Ereignisse zeigen, konnte solch ein Umgehen protektionistischer Maßnahmen jedoch eine Reaktion in Form weiterer Maßnahmen der etablierten Händler provozieren. Der Faktor des Zamorin informierte die Portugiesen, dass sie zwar alle Waren ausladen, sie aber nur in einem Vorort anbieten dürften. Zugang zum zentralen Marktplatz in der Stadt sei nicht erlaubt, und die Händler dürften nicht wieder an Bord gehen, bis ihre Geschäfte abgeschlossen und die Waren verkauft seien, auch wenn sie dazu ihre Preise immer weiter senken müssten.

Auch wenn da Gama diese Regeln als Zumutung empfand, blieb ihm nichts anderes übrig, als sich zu fügen, denn der Zamorin überließ die Umsetzung seiner Anordnung und die Regelung der Details den etablierten Akteuren. Als die Waren ausgelegt worden waren, seien – so der Bericht weiter – zunächst muslimische Kaufleute gekommen, die wie schon ihre Vorgänger über die schlechte Qualität und den geringen Wert spotteten. Nach einiger Zeit sei die Ablehnung sogar in Anfeindungen umgeschlagen, da die als erbärmlich qualifizierten Waren als Beweis dafür gegolten hätten, dass die Portugiesen getarnte Piraten seien, die den Hafen ausspähen woll-

ten. Im Reisebericht inszenierte da Gama sich und seine Männer hingegen erneut als Opfer einer muslimischen Intrige. Sie nahmen angesichts der fortbestehenden Einschränkungen ein weiteres Mal Kontakt zum Zamorin auf.[7] Der Herrscher schickte angesichts der portugiesischen Klagen schließlich acht indische Händler, die aber ebenfalls nichts kaufen wollten. In einer weiteren Audienz mit einem zunehmend gereizten Zamorin erwirkte da Gama endlich die Erlaubnis, die Waren direkt in Calicut auf einem Marktplatz anzubieten. Sein Plan, durch diplomatischen Druck die bestehenden Praktiken des Marktzugangs zu umgehen, war erfolgreich. Der Herrscher übernahm sogar die Kosten für den Transport, damit die Geschäfte rasch abgeschlossen werden konnten. Doch der gewährte Marktzugang änderte nichts am Desinteresse der Händler.

Das Beispiel zeigt, dass die obrigkeitliche Erlaubnis des Marktzugangs und der praktische Zugang zum Marktgeschehen mitunter nicht deckungsgleich waren. Nur weil die Portugiesen ihre Waren auf dem zentralen Marktplatz in Calicut anbieten durften, hieß das nicht, dass die Waren von indischen oder muslimischen Kaufleuten auch gekauft wurden. Im Gegenteil, da Gama war abermals gezwungen, neue Strategien zu entwickeln. Er schickte seine Leute einzeln an Land, damit sie auf unterschiedlichen Markplätzen jeweils eine kleine Menge Waren anboten, wie Korallen, fein gearbeitete Kleidungsstücke, eigene Handwerksarbeit oder Ähnliches (→Preisbildung beeinflussen). Dadurch, dass die Männer einzeln an die Küste gingen und nicht offiziell als Kaufleute auftraten, wurden sie nicht aufgehalten. Zwar war der Profit nur gering, aber da Gamas Männern war es möglich, auf diese Weise Proben der Handelswaren wie Nelken, Zimt und wertvolle Steine zu sammeln, mit denen sie in Portugal ihre Reise als erfolgreich darstellen konnten.[8]

Doch da Gama gab sich mit diesen Proben nicht zufrieden. Er wollte seine unverkäuflichen Handelswaren mit einem eigenen Faktor zurücklassen, in der Hoffnung, dass Händler aus Ostasien, die mit dem Monsun in Calicut erwartet wurden, mehr Interesse zeigen würden. Ein weiteres Mal schickte er daher einen seiner Männer mit den vielfach als wertlos bezeichneten Geschenken zum Zamorin und bat, eine kleine Faktorei einrichten zu dürfen und damit um eine permanente Repräsentanz auf den lokalen Märkten. Der Herrscher weigerte sich jedoch, die Geschenke auch nur anzusehen, was auch dadurch begründet sein könnte, dass da Gamas Gesandter anlässlich der Abreise offen nach mehr als 200 Kilogramm Zimt und Nelken sowie weiteren Waren als Gegengabe fragte.[9] Spannungen und Misstrauen waren die

Folgen. Als der Zamorin schließlich im Gegenzug eine Abreisegebühr in Gold forderte, gingen da Gama und seine Männer zu Gewalt und Geiselnahmen über.[10] So konnten sie den Zamorin dazu bringen, ein Schreiben an Manuel I. aufzusetzen, in dem er die Handelswaren seiner Stadt auflistete und forderte, dass eine weitere Expedition ihm aus Portugal Gold und Silber sowie Farbstoffe bringen sollte. An Bord seiner Schiffe brachte da Gama neben einer Warenauswahl vor allem Informationen nach Portugal, die nach seiner Rückkehr die Krone zu einer zweiten, größeren Expedition motivierten. Angesichts der geringen Handelserträge und der beschriebenen Exklusionspraktiken, die da Gama als antichristliche Intrige beschrieb, hatte diese Flotte den Befehl, gewaltsam Zugang zu den Märkten Indiens zu erzwingen.[11] Offene Gewalt war somit die neue und favorisierte Alternative dazu, sich bestehenden Zugangspraktiken zu unterwerfen.[12]

Der Reisebericht da Gamas gibt Einblick in die Schwierigkeiten der Europäer, dauerhaft Zugang zu obrigkeitlich kontrollierten Märkten zu finden. Der Reisebericht zeigt aber auch, wie die Europäer trotzdem ihre Teilnahme sicherstellten – genauer gesagt: erzwangen. Gewaltvolle Praktiken der Markteilhabe haben in Europa eine lange Tradition und fügen sich in die imperialen und kolonialen Überlegenheitsfantasien der Europäer:innen in der Frühen Neuzeit. Allerdings kam es im Indischen Ozean auch schon vor den Portugiesen zu gewalttätigen Angriffen oder Piraterie, um wirtschaftliche Interessen durchzusetzen, wobei die Reichweite dieser Bestrebungen regional beschränkt blieb. Insofern waren die Portugiesen in dieser Hinsicht eher neue, besonders erfolgreiche Akteure in den gewalttätigen Auseinandersetzungen, denen es dann jedoch gelang, die Handelsnetzwerke sehr umfassend zu kontrollieren.[13]

Grundsätzlich ist die Frage interessant, ob die Anwendung solch gewaltvoller Marktzugangsstrategien nicht wesentliche Eigenschaften des Marktes – als Ort friedlichen Tausches – veränderte und letztlich Marktgeschehen in eine Form von Raub oder Diebstahl verwandelte. Der Marktplatz wird seit dem Mittelalter in Europa als rechtlich wie obrigkeitlich geschützter und akzeptierter Friedensbereich definiert, der sich durch materielle Symbole und Marktgerichte, die für die Konfliktregulierung zuständig waren, auszeichnete.[14] Als Max Weber sich mit dieser Frage zu Beginn des 20. Jahrhunderts intensiv auseinandersetzte, verstand er »Wirtschaften« als »friedliche Ausübung von Verfügungsgewalt«.[15] Jüngere soziologische wie auch wirtschaftswissenschaftliche Definitionen folgen seiner Linie und sehen in Märkten Arenen des friedlichen Tausches von Verfügungsrech-

ten, in denen Akteure mit unterschiedlichen Möglichkeiten, Rechten und Privilegien aktiv werden.[16] In postkolonialen Forschungsdiskussionen, die globale Ungleichheiten und Machtgefälle untersuchen, wird der gewaltvoll erzwungene Marktzugang hingegen unter dem Begriff Kriegskapitalismus diskutiert.[17]

Vor dem Hintergrund der frühneuzeitlichen Friedenspraktiken auf europäischen Märkten zeigen die portugiesischen Versuche, am Calicuter Gewürzmarkt teilzunehmen, besonders deutlich, dass die Portugiesen keine großen Anstrengungen unternahmen, auf politischem Weg einen legitimen Zugang zu erhalten und den diplomatischen Gepflogenheiten zu entsprechen, welche passende Geschenke an den Zamorin vorsahen. Zudem zeigt ihr Vorgehen, dass sie keine realistische Vorstellung vom Wert ihrer Waren auf dem Markt hatten, so dass sie die ökonomische Ablehnung ihrer Waren als eine politische Intrige interpretierten, die es politisch oder gewaltsam zu überwinden galt. Eine solche Interpretation liegt auch insofern nahe, als das Verhältnis zwischen Christen und Muslimen im iberischen Europa und Nordafrika sehr agonal, von Verachtung und Misstrauen geprägt war. Der Verweis auf Intrigen und religiösen Antagonismus bot bei der Rückkehr nach Portugal eine schlüssige Rechtfertigung für den nicht direkt erlangten Marktzugang. Zudem war die explizite Absicht, mit Christen Handel treiben zu wollen, insofern traten die Portugiesen hier nicht unbefangen auf. Ob die muslimischen Kaufleute in Indien ähnliche grundsätzliche Vorbehalte hatten, ist nicht klar. In Anbetracht ihrer lukrativen Handelsbeziehungen, die sie im Gewürzhandel nach Europa über das östliche Mittelmeer hatten, dürfte es nicht in ihrem Interesse gewesen sein, dass sich Europäer im Direkthandel um Afrika herum als potenzielle Konkurrenz etablierten. Dementsprechend bestand durchaus ein Anreiz, diesen Ambitionen unfreundlich entgegenzutreten.

Im Rahmen weiterer Expeditionen gelang es den Portugiesen tatsächlich, sich mit Gewalt an der Küste zu etablieren und den Seehandel in Richtung Europa zu dominieren. Mit Hilfe indigener Verbündeter setzten sie neue Leitlinien für den Handel, wie ein System privilegierter Häfen, in denen Händler Schutzgeld bezahlen mussten, um die von Portugiesen kontrollierten Seegebiete sicher zu durchqueren. Von etablierten, lokalen Handelsstrukturen durch solche Einflussnahme zu profitieren und lediglich kostbare Güter wie Gewürze zu exportieren, erwies sich auf lange Sicht als weitaus profitabler und einfacher, als nur wenig nachgefragte europäischen Waren nach Indien zu bringen.

Nicht immer waren es die außerhalb der Märkte stehenden Akteur:innen, die vor der Herausforderung standen, Marktzugänge zu erweitern. Ebenso konnte sich das Problem stellen, die bestehenden Regelungen des Zugangs von innen heraus zu ändern, um neue Marktteilnehmer:innen zuzulassen. In dieser Hinsicht ist ein Blick in die Kolonie Neu-Niederlande instruktiv, die sich in der ersten Hälfte des 17. Jahrhunderts im Gebiet der heutigen Bundesstaaten New York und New Jersey befand. Hier zeigt sich außerdem, dass der vorhandene oder gewonnene Zugang zu Märkten und deren lokale Marktkonventionen erheblichen Einfluss darauf hatte, wo im 17. Jahrhundert dauerhafte Siedlungen in Nordamerika in Betracht gezogen wurden.[18]

Im Frühjahr 1630 konnte Kilian van Rensselaer, Gründungsmitglied der niederländischen Westindischen Handelskompanie (WIC), endlich einen Brief verfassen, mit dem er seinen Mitarbeiter, Bastiaen Jansz Krol, beauftragte, ein geeignetes Gebiet in der Kolonie Neu-Niederlande zu finden, auf dem eine dauerhafte Siedlung, ein sogenanntes *Patroonship*, errichtet werden konnte. Für die Einrichtung solcher *Patroonships* hatten van Rensselaer und seine Mitstreiter jahrelang gekämpft, denn als Privatpersonen war ihnen bislang der direkte Zugang zum begehrten Biberfellmarkt in Nordamerika verwehrt gewesen. Im großen Stil durften nur Kompanien mit Biberfellen handeln – und die größte von ihnen war zu dieser Zeit die WIC (→Privilegieren oder boykottieren). An der 1624 gegründeten Kompanie waren van Rensselaer und seine Mitstreiter zwar beteiligt, von einem privaten – nicht durch Handelsmonopole und Vorgaben der WIC regulierten – Zugang zum Biberfellhandel versprachen sie sich aber größere Profite (→Gewinne begrenzen).[19]

Es ging ihnen um die Beteiligung an einem kolonialen Projekt, das finanziell äußerst attraktiv erschien. Die Niederländer:innen besetzten mit der Insel Manhattan und den Gebieten entlang des Hudson River strategisch wichtige Gebiete, die ganzjährig eisfreie Häfen für den Handel mit Waren (und Informationen) aus der Karibik, aus Afrika, Europa und dem amerikanischen Hinterland ebenso umfassten wie die Produktionsstätten der lokalen Währung in Form von Muschelkalkperlen. Politisch wie ökonomisch stand das Projekt aber auf wackligen Beinen. Das niederländische Territorium war verglichen mit den englischen oder französischen Gebieten verhältnismäßig klein. Im »Goldenen Zeitalter« der Niederlande fiel es außerdem schwer, Niederländer:innen und Migrant:innen zu finden, die bereit waren, Europa dauerhaft zu verlassen und in Nordamerika eine permanente Sied-

lungskolonie aufzubauen. Vor diesem Hintergrund erwies sich der von der WIC organisierte Biberfellhandel als Subventionsprojekt.[20]

Mit der formalen Möglichkeit zur Einrichtung von *Patroonships* bot sich van Rensselaer und seinen Mitstreitern nun die Möglichkeit, am Biberfellhandel persönlich zu partizipieren und zugleich das Problem des geringen Interesses von Siedler:innen zu lösen. Im Gegenzug für ihren privaten Marktzugang verpflichteten sich die *Patroons*, weitgehende Verantwortung für die koloniale Siedlung und deren Bewohner:innen zu übernehmen: Die Idee war, dass Privatpersonen als Grundeigentümer:innen ein Stück Land mit Siedlerfamilien besiedeln und Infrastruktur aufbauten. Als so genannte *Patroons* waren sie für die Überfahrt und Versorgung der Einwohnerinnen und Einwohner verantwortlich. Im Gegenzug erhielten die *Patroons* Anspruch auf alle wirtschaftlichen Überschüsse und konnten somit ungehindert am begehrten und profitablen Pelzhandel teilhaben. Diese Chance wollte sich auch Kilian van Rensselear nicht entgehen lassen und beauftragte daher in seiner Abwesenheit Bastiaen Jansz Krol mit der Erkundung geeigneter Gebiete. Aus den Instruktionen van Rensselaers geht hervor, dass sein Fokus zunächst auf der Erschließung eines geeigneten Marktplatzes lag. Er wies Krol an, das geplante *Patroonship* namens Rensselaerswyck in der Nähe von Fort Oranje strategisch günstig an schon bestehenden indigenen Marktplätzen anzusiedeln, denn diese wären bei den künftigen Handelspartnern (indigenen Pelzhändlerinnen und Pelzhändlern) bereits anerkannt und müssten nicht von Grund auf neu etabliert werden. Insgesamt verwandte van Rensselaer einen Großteil seiner Instruktionen darauf, Krol einzuschärfen, gute Handelsbeziehungen zu den nativen Einwohner:innen aufzubauen. Krol sollte insbesondere auf den korrekten und zuvorkommenden Umgang mit den *Mahijcans* und *Maquaas*, von denen er das Land erwerben sollte, achten, denn schließlich gehöre ihnen nicht nur das Land, auf dem das *Patroonship* errichtet werden solle, sondern sie wären auch die künftigen Hauptlieferanten von Pelzen.

Wie zutreffend und wichtig die Überlegungen Rensselaers waren, Zugang zum Markt zu finden, zeigte sich Jahre später im Zuge der feindlichen Übernahme der Kolonie durch die Engländer 1664. Nur ein *Patroonship* stand zu diesem Zeitpunkt wirtschaftlich auf eigenen Beinen.[21] Von den ursprünglich gut zwei Dutzend privat gegründeten Siedlungen hatte sich nur Rensselaerswyck, das Kilian van Rensselaer mit dem eingangs zitierten Brief initiiert hatte, dauerhaft etabliert. Grund hierfür waren nicht zuletzt

seine strategischen Überlegungen zum bestmöglichen Marktzugang sowie zum Umgang mit indigenen Händler:innen bei der Gründung.

Doch einen solch erfolgreichen Zugang zum Markt zu finden, war auch in Neu-Niederlande ein langwieriger Prozess. Eine Urkunde, die die Übertragung der Gebiete um Fort Oranje an Kilian van Rensselaer im August 1631 bestätigt, zeigt, dass die Einwohner:innen zunächst nur bereit waren, ihre Grundstücke und Wälder so lange den Niederländer:innen zur Verfügung zu stellen, wie Bastian Jansz Krol persönlich vor Ort lebte. Der Kauf von Land und damit der Zugang zu bestehenden Märkten waren nach ihrer Wahrnehmung an persönliche Präsenz gebunden und konnten nicht ohne Weiteres an Kilian van Rensselaer übertragen werden, eine ihnen unbekannte Person, die auf der anderen Seite des Atlantiks lebte. Die Europäer:innen mussten daher auch in Nordamerika andere Wege finden, um ihre kolonialen Ambitionen durchzusetzen. Es bedurfte jahrelanger Verhandlungen. Erst zwei Jahre nach den ersten Versuchen konnte Krol das Land kaufen. Letztlich gelang ihm dies aber nur, weil er Zugeständnisse machte, die an seine persönliche Präsenz sowie die Präsenz von weiteren Personen, die inzwischen das Vertrauen der indigenen Handelspartner gewinnen konnten, gebunden war.

Weitere Krisen, vor allem kriegerische Auseinandersetzungen zwischen den *Mahijcans* und *Maquaas*, führten zur Destabilisierung der Region und spielten dem Projekt Rensselaerswyck in die Hände. Erneut war die Möglichkeit, dass sich neue Akteur:innen auf den Marktplätzen etablierten, von Gewalt begleitet. Für van Rensseleaer erwies sich die – bewusst oder unbewusst eingesetzte – Taktik »Marktzugang durch Destabilisierung« als äußerst erfolgreich. Bis zum Ende des Jahrzehnts konnte er sein *Patroonship* nicht zuletzt aufgrund lokaler Auseinandersetzungen zwischen Niederländer:innen und nativen Bewohner:innen oder zwischen indigenen Gesellschaften kontinuierlich erweitern. Sein Einflussbereich wuchs, weil er mit zwei indigenen Gemeinschaften Handel betreiben konnte. Den *Mahijcans* und *Maquaas* hingegen fehlte die Möglichkeit, eine Marktexklusion durchzusetzen, da sie ihrerseits mit ihren direkten Nachbarn permanent um den Marktzugang zu den Europäer:innen konkurrierten.

Marktzugang in der Kolonie Neu-Niederlande zu finden, gestaltete sich für Privatpersonen mindestens in zweifacher Hinsicht als Herausforderung. Zunächst musste die Erlaubnis, freien Handel zu betreiben, von der WIC erwirkt werden. Van Rensselaer und seinen Mitstreitern gelang es, die wirtschaftlich prekäre Situation der Kolonie wie der Kompanie und deren permanente Bedrohung durch angrenzende, konkurrierende Kolo-

nialmächte zu nutzen und mit der Einführung der *Patroonships* theoretisch einen privaten Zugang zum lukrativen Pelzmarkt zu erhalten. Praktisch mussten die Niederländer:innen aber die lokalen Marktzugangspraktiken kennen und gegebenenfalls neue, mitunter gewaltvolle Wege sondieren.

Ähnlich und zugleich anders gestaltete sich die Lage in Calicut. Hier gelang es auf institutioneller Ebene nicht, den gewährten Marktzugang wie in Nordamerika vollumfänglich zu erhalten. Grund hierfür kann neben Konflikten zwischen den Akteuren auch die weitaus geringere Nachfrage nach den als minderwertig bezeichneten europäischen Tauschwaren in Indien sein. In jedem Fall besaßen lokale Ordnungen und Praktiken des Marktes aber auch hier entscheidende Bedeutung. Die Portugiesen versuchten diese zunächst zu umgehen und gingen dann später dazu über, sie gewaltsam umzuformen.

Gemeinsam bieten beide Beispiele Anlass, eurozentristische Perspektiven der klassischen Kolonial- und Wirtschaftsgeschichte zu hinterfragen. Marktzugang gelang vor Ort weder formal noch praktisch einfach mittels aus Europa übertragener Praktiken. Es war ein voraussetzungsvolles und langwieriges Unterfangen, das lokales Wissen über Handelspraktiken und Netzwerke mit indigenen Akteur:innen voraussetzte. Dies liegt zunächst auch daran, dass in Europa und in außereuropäischen Gesellschaften unterschiedliche Vorstellungen von Märkten vorherrschten – und Marktzugangspraktiken weder standardisiert noch problemlos von einem Ort zum anderen übertragbar waren.

Die Beispiele aus Calicut und Nordamerika verdeutlichen, dass es sich im kolonialen wie transkulturellen Kontext nie um eine ausschließlich ökonomische Zugangsproblematik handelte, sondern immer auch um ein unterschiedliches Verständnis davon, wie Märkte praktisch organisiert waren. Bei beiden Beispielen klingt an, dass persönliche Beziehungen, der Rang einzelner Personen sowie Gabentausch eine größere Bedeutung gehabt haben könnten als auf europäischen Märkten. Bemerkenswert ist, dass die Europäer persönliche Beziehungen in Nordamerika zwar als unpraktisch empfanden, aber in Indien genau damit versuchten, die etablierten Regeln und Strukturen zu umgehen. Dieser Punkt ist vor dem Hintergrund mikroanalytischer und marktsoziologischer Forschungen interessant, die analytisch zwischen Gabentausch einerseits und Marktpraktiken andererseits unterscheiden: Mit dem Gabentausch ist im Gegensatz zum Markt implizit die Erwartung reziproker sozialer Beziehungen verbunden, die über den Tauschakt hinaus bestehen. Märkte hingegen zeichnen sich dadurch aus, dass sie

keine derartigen sozialen Beziehungen begründen: Die Marktakteure gehen ohne persönliche soziale Verpflichtungen aus dem Geschäft und haften lediglich rechtlich für die korrekte Einhaltung der auf dem Markt geschlossenen Geschäftsverträge.[22]

Da Gama und seine Leute scheiterten in Indien daran, dass sie den formalen Weg zur Marktteilnahme nicht genau genug einhielten und keine als attraktiv bewertete Ware zu bieten hatten. Die Verhandlungen und Auseinandersetzungen mit dem Zamorin sind dabei auf einer dem Zugang zum Markt vorgelagerten diplomatischen Ebene anzusiedeln und die Geschenke und Güter im Kontext der damit verbundenen üblichen Formen des Gabentausches zu sehen. Dabei hatten die Portugiesen anscheinend nicht nur keine besonders genauen Vorstellungen, welche Art der Gaben als adäquat akzeptiert werden würde, um ihrem Anliegen gerecht zu werden. Vielmehr scheint da Gama das Kalkül verfolgt zu haben, nur durch einen Gabentausch mit dem Zamorin günstig an die von ihm gesuchten Gewürze zu gelangen. Erst nachdem dieser Tausch mit der Ablehnung der angebotenen Güter schon im Ansatz scheiterte, schien der Zugang zum Markt die nächstbeste Lösung, um dort im offenen Handel die Waren zu tauschen. Doch weil die Indigenen kein Interesse an den Waren der Portugiesen besaßen, blieb ihnen der marktförmige Tausch selbst dann verwehrt, nachdem sie formal Zugang erhalten hatten.

Die Praktiken der Niederländer in Nordamerika sind teilweise auch der politisch-diplomatischen Ebene und deren Praktiken zuzuordnen, denn die Niederländer verfolgten unterschiedliche Interessen, für die die Märkte zwar einen Kontext boten, die jedoch als Siedlungsprojekt weit darüber hinaus gingen. Während die Niederländer vor allem daran interessiert waren, gute Handelsbeziehungen mit den Indigenen aufzubauen, ohne damit konkrete soziale Beziehungen zu verbinden, war den Indigenen als Voraussetzung wichtig, dass es eine verbindliche Kontaktperson, die vor Ort anwesend war, als Repräsentantin der anderen Gruppe gab. Die angestrebten Tauschbeziehungen wurden an eine dem Handel übergeordnete Beziehung zu einer Person gebunden. Wie auf den so eingerichteten Märkten gehandelt wurde – also über deren soziale Konstitution und die eigentlichen Praktiken des Tauschens –, darüber erfahren wir nichts. Gerade bei den nordamerikanischen Indigenen ist schwer einzuschätzen, mittels welcher Praktiken sie Handel betrieben und welche Vorstellungen sie von den Tauschbeziehungen mit den Europäern hatten (→Privilegieren oder boykottieren). Wirtschaftshistorische Studien zum Pelzhandel in

der Hudson Bay betonen die zum Teil mit ritualisiertem Geschenketausch verbundenen Formen des Handels und Tauschhandels.[23] Sich verändernde Präferenzen der Indigenen hinsichtlich der begehrten Waren legen gleichzeitig aber die Vermutung nahe, dass ökonomische Austauschbeziehungen als Form von Märkten im heutigen Verständnis interpretiert werden können.[24] Interessant für die von den Niederländern besetzten Gebiete ist, dass beide Seiten auf den zumindest von Europäern als Marktplatz wahrgenommenen Orten unter bestimmten, für die Europäer nicht immer ganz nachvollziehbaren Bedingungen zu regelmäßigen Tauschgeschäften zusammenkamen. Also konnte im Gegensatz zu Calicut trotz größerer kultureller Differenz eine vermutlich hybride Lösung gefunden werden, die für beide Seiten im gegenseitigen Interesse praktikabel war.

Transkontinentale Interaktionen entlarven den Eurozentrismus klassischer Zivilisations- und Modernisierungserzählungen. Es war eben nicht so, dass sich eine modernere, rationalere Wirtschaftsweise der Europäer gegenüber traditionellen Strukturen rein ökonomisch durchsetzte. Falls es überhaupt dazu kam, waren meist offene Konflikte oder diplomatischer Druck vorgängig. Aus diesem Grund unterstreichen frühe interkulturelle Handelskontakte eben auch, wie umkämpft der Zugang zu den befriedeten Tauscharenen in Europa und auf der ganzen Welt in der Frühen Neuzeit war. Egal wohin sie kamen, Europäer brachten ein eigenes Verständnis von Märkten, eine Tradition der Konflikte um Marktzugänge, die Angst zu scheitern sowie ein Arsenal von Strategien und Gewaltmitteln mit, das zum Einsatz kommen konnte, falls es ihnen nicht gelang, erfolgreich auf transozeanischen Märkten zu reüssieren. Manchmal war die Ursache dafür Unfähigkeit, häufiger aber schlicht aus Überlegenheitsvorstellungen resultierender Unwille, sich auf andere Ordnungen einzulassen und indigene Akteure und deren Marktpraxis zu respektieren. Zugleich gelang es den Europäern, Konflikte innerhalb der Kontaktgesellschaften durch strategische Allianzen in ihrem Interesse zu nutzen. In Verbindung mit grundlegenden ökonomischen und politischen Ausbeutungsinteressen führte dies schließlich zu gewaltvoller Landaneignung, expansiver Ansiedlungspolitik und der Durchsetzung eigener Marktordnungen und -praktiken.

Eva Brugger / Christof Jeggle / Simon Karstens

Schluss

Zwei Mosaike und eine Reflexion

»Von selber macht sich das nicht«.[1] In seinen Überlegungen zu Preisbildungsprozessen auf Märkten wandte sich der deutsche Nationalökonom Gustav Cohn 1882 entschieden gegen Auffassungen, wie sie in der ökonomischen Klassik im Gefolge von Adam Smith geprägt worden waren: »Die Smithsche Schule«, so führt Cohn aus, »sah in der Preisbildung einen Mechanismus, vermöge dessen tote Gütermassen je nach dem Quantum des Angebotes und des Bedarfes auf dem Markte ihren Preis finden«.[2] Cohn gesteht zu, dass dies ein folgerichtiger Ansatz sei, wenn man Wirtschaftswissenschaft als »science« verstehe und meine, dass »mit dem naturwissenschaftlichen Charakter der Wirtschaftslehre ihr wissenschaftlicher Charakter steht und fällt«.[3] Allein: Der Ansatz sei unzureichend, da die auf Märkten sich ereignende »Entfaltung menschlichen Willens und menschlicher Eigenart durch die hergebrachte mechanische Vorstellung nicht richtig wiedergegeben wird«.[4] Fasse man jedoch die »Wirklichkeit ins Auge«, so werde der »menschlich-lebendige Charakter der Preisbildung«[5] offenbar. Angebot und Nachfrage müssten durch Menschen beurteilt und wirksam gemacht werden: »Von selber macht sich das nicht, wie es nach der herkömmlichen Hypothese der Preisbildung öfters erschienen ist«.[6]

Preisbildung ist kein autonomer Mechanismus, sie macht sich nicht von selbst, sondern wird von Menschen gemacht; der Markt ist nicht vollständig durch quasi-physikalische Theorien zu erfassen, sondern immer auch als soziale Praxis mit eigenen Logiken konstituiert. Das leuchtet auf den ersten Blick ein, wirft aber letztlich vor allem weitergehende Fragen auf: Was genau heißt es denn, dass Preisbildung ›gemacht‹ wird? Inwiefern unterscheiden sich die Logiken der Marktpraxis von der Logik des klassischen Marktmodells? Für Cohn war klar, wie Antworten auf diese Fragen gewonnen werden können: Man müsse die rein theoretische Befassung mit dem »Wesen

des Stoffes«, also des Marktphänomens, aufgeben und es stattdessen »vorziehen, die Wirklichkeit dieses Stoffes zu untersuchen«.[7] Schön und gut – aber wo und wie findet und fasst man diese? Als historische Kulturwissenschaftler:innen haben wir es mit einer grundsätzlich *abwesenden Wirklichkeit* zu tun, die wir hier zudem ›nur‹ in fragmentarischer Form textuell anwesend gemacht haben.[8] Lässt sich auf Grundlage unserer Fragmentsammlung also überhaupt etwas über historische Wirklichkeiten des Marktgeschehens aussagen?

Wir denken: Ja, aber in vielleicht ungewohnter Weise. Wie schon in der Einführung, halten wir uns hier an Siegfried Kracauer, der nicht nur feststellte: »Die Wirklichkeit ist eine Konstruktion«, sondern auch überzeugt davon war, so verstandene Wirklichkeit, und damit auch historische Wirklichkeit, stecke »einzig und allein in dem Mosaik, das aus den einzelnen Beobachtungen auf Grund der Erkenntnis ihres Gehalts zusammengestiftet wird«.[9] Die Kunst des Mosaiks besteht also darin, einzelne und für sich selbst stehende Beobachtungen auf eine Art und Weise zusammenzusetzen, die einen neuen, übergreifenden Sinnzusammenhang stiftet, wobei jedoch die Einzelbeobachtungen nicht vollständig in diesem Zusammenhang aufgehen, sondern als Fragmente erkennbar bleiben.

Ein im folgenden Abschnitt von uns gelegtes erstes Mosaik bietet zunächst eine synchrone Zusammenschau der untersuchten Vollzüge und Vorgänge auf, vor und nach Märkten. Die dazu gewählte Reihung der Fragmente ist nur eine unter vielen möglichen Anordnungen. Sie steht bewusst anstelle einer strikten Systematisierung der verstreuten Befunde, anstelle generalisierender Klassifikationen, anstelle einer als Ordnung essenzieller Marktpraktiken konzipierten Markttheorie. Sie leistet nicht mehr und nicht weniger, als Einsichten aus verschiedenen Fragmenten punktuell miteinander zu verbinden, zu verketten, zu verdichten: zu *einem* Mosaik des Marktes als einem Gefüge aufeinander bezogener Praktiken, als komplexer Geschehensganzheit.

Der zweite Abschnitt des Schlussteils nimmt das von Cohn kritisierte abstrakte Marktbild der Ökonomie noch einmal genauer in den Blick, und zwar besonders im Hinblick auf seine historische Genese. Dabei zeigt sich nämlich, dass es selbst das Resultat einer Beobachtung von Marktpraxis ist, von der aber so weit abstrahiert wird, bis *jegliche* Spur historischer Spezifität getilgt ist. Im Sinne der Theorie ist der verbleibende universalistische Kern das einzig Relevante. Trägt man das Modell wieder an die Geschichte zurück, dann erscheint es entweder als in höchstem Maße epochenspezifisch,

nämlich nur für die Moderne zutreffend (substantivistische Falle), oder als epochal völlig unspezifisch, weil das Marktphänomen immer und überall im Kern dasselbe ist (formalistische Falle). Hier setzt ein zweites Mosaik aus Fragmenten an und fragt diachron nach der spezifischen Differenz des hier beschriebenen Marktgeschehens im interepochalen Vergleich. Wie verallgemeinerbar, wie historisch spezifisch sind die gewonnenen Erkenntnisse? Insbesondere: Wie epochenspezifisch sind die gemachten Beobachtungen? Beobachten wir genuin frühneuzeitliches Marktgeschehen, gar die Konturen eines »pre-modern market«[10] als eigenständiges Phänomen?

Ganz zum Ende schließlich treten wir von diesen Mosaiken, von unserer Arbeit noch einmal ein paar Schritte zurück, um unser gemeinsames Forschungsvorhaben zu reflektieren.

Mosaik 1: Marktgeschehen

Von selber macht sich das nicht: Dies gilt nicht allein für die Preisfindung auf Märkten, die auch für Cohn die Essenz des Marktgeschehens darstellte. Die Preisfindung, der Prozess korrespondierender Verabredungen von Transaktionen mag im Scheinwerferlicht stehen, ist selbst aber nur ein kleiner Teil eines viel größeren Ensembles von Praktiken, ohne welche die Transaktionen nicht zustande kommen könnten. Wie die Texte in diesem Band aufzeigen, ist in gewisser Hinsicht fast alles für die Existenz von Märkten Nötige und Interessante bereits geschehen, wenn es an die Verabredung von einzelnen Transaktionen geht.

Das →Kaufen etwa ist eine Praktik, die sich eben nicht auf einen einzelnen Akt, wie das wechselseitige Eingehen einer Transaktion per Handschlag, reduzieren lässt. Der Handschlag allein wäre sinnfrei und bedeutungslos ohne vorheriges Suchen, Inspizieren und Aussuchen der Ware; er wäre zwecklos, wenn nicht die Erfüllung des Geschäfts folgte: einerseits das Überstellen der Ware und andererseits entweder die direkte Bezahlung oder das Begleichen des entstandenen Schuldverhältnisses zu einem künftigen Zeitpunkt. Das Kaufen erweist sich bei näherem Hinsehen als Bündel räumlich, zeitlich und sozial verteilter Praktiken – als komplexe und mitunter nicht leicht zu rekonstruierende Geschehensganzheit, die den Zeitgenoss:innen offenbar so selbstverständlich und problemlos erschien, dass kaum darüber berichtet wurde.

Dabei sind schon Anbahnung und gütliche Erfüllung eines Geschäfts voraussetzungsreich und stellen sich nicht von selbst ein. Auch ohne dass böser Wille im Spiel ist, werden beide Seiten die zwischen ihnen getroffene Vereinbarung einer Transaktion in der Regel nicht in der exakt gleichen Weise verstehen und auch nicht die exakt gleichen Vorstellungen haben, was die Beteiligten in der Erfüllung der Transaktion erwarten und was sie nicht erwarten dürfen. Auf frühneuzeitlichen Marktplätzen fanden sich daher zahllose Dritte – Makler, Schieds- und Gerichtsbarkeiten –, die als ›sichtbare Hand‹ das Marktgeschehen organisierten, ordneten und ›entstörten‹. Wollte man →Reibereien vorbeugen, half es zudem, wenn Normen und Regeln etabliert wurden, die Konfliktpotential reduzierten bzw. transparente und effiziente Konfliktlösungen vorsahen. Gerade auf umsatzstarken Märkten wurden Handelsgebräuche, also als historisch etabliert geltende Marktpraktiken, in reflektierter Form kodifiziert und dadurch künftiges Marktgeschehen formatiert und standardisiert. Mit der Tendenz zur Vereinheitlichung der Praxis sinkt die Zahl möglicher Reibepunkte.

Eine hochgradige Einförmigkeit, wie sie im Getreidehandel im frühen 19. Jahrhundert angestrebt wurde, impliziert aber gerade ein besonders umfassendes Regelwerk, das eben alle möglichen Eventualitäten und Aspekte umfassen muss. Das macht es neuen Akteur:innen umso schwerer, in dieses Marktgeschehen hineinzufinden. Wer zu bestehenden Märkten →Zugang finden will, steht vor der oft mühsamen Aufgabe, bestehende Praktiken, Konventionen und Netzwerke identifizieren und im eigenen Agieren berücksichtigen zu müssen. Hierin liegt einerseits kreatives Potenzial, das zu neuen Marktzugängen, neuen Abläufen und neuen Praktiken führen kann, andererseits aber auch entsprechender Konfliktstoff. In kolonialen Kontexten, aber nicht nur dort verschafften sich Akteure auch mit Gewalt Zugang zu bestehenden Märkten. Im Groß- und Fernhandel besonders des 16. und 17. Jahrhunderts war Obrigkeiten und konkurrierenden Gruppen von Marktteilnehmer:innen – etwa verschiedenen Kaufmannsnationen – wiederum sehr oft daran gelegen, die aus dem Marktzugang resultierenden Vorteile zu kontrollieren, zu steuern und damit bestimmten Akteursgruppen durch →Privilegieren oder boykottieren vorzubehalten.

Im gesellschaftlichen oder obrigkeitlichen Interesse konnte es auch liegen, Märkte für bestimmte Güter nicht nur selektiv bestimmten Gruppen von Akteur:innen vorzubehalten, sondern die Zirkulation dieser Waren über Märkte grundsätzlich zu unterbinden. Das →Verbieten und verknappen von Gütern durch obrigkeitliche Verfügungen, wie durch die Zensur bei Bü-

chern, ist hierzu aber oft unzureichend und führt nicht zwingend dazu, jene Güter aus jeglichem Marktgeschehen herauszuhalten. Um eine fortdauernde Nachfrage aufrechtzuhalten, begegneten zum Beispiel frühneuzeitliche Buchdrucker und -händler der Zensur mit Praktiken der Verstellung und Umgehung, der Reorganisation und Verlagerung des Marktgeschehens in andere Kontexte und Rechtsräume. Durch das Verbieten und Verknappen können die Waren entgegen der Absicht der Sanktionierenden sogar besondere Attraktivität, Nachfrage und Wertsteigerung erfahren.

Die Nachfrage nach einer Ware ergibt sich aber auch *nicht von selbst*. Waren werden in aller Regel nicht stumm zu Markte getragen – sondern vor allem, indem man über sie spricht, sie bewertet, bekannt und begehrt macht. →Bewerben adressiert Dinge als Güter, Handlungen als Leistungen, erklärt sie zu Waren, deklariert ihre Verfügbarkeit auf einem Markt und ihre Besonderheiten auch im Blick auf konkurrierende Angebote. Seit dem 17. Jahrhundert dienten Intelligenz- und Anzeigenblätter der medialen Erweiterung einer Marktöffentlichkeit. Sie boten eine Plattform, bestehenden Marktaustausch zu bestärken und neuen zu eröffnen, indem Leser:innen mit spezifischen Verkaufsobjekten und Gelegenheiten vertraut und so potenziell zu Nachfrager:innen gemacht wurden.

Besteht eine solche Vertrautheit mit einer Ware, die auf einem kontinuierlichen Markt immer wieder angeboten und nachgefragt wird, dann ergibt sich in der Praxis des Marktgeschehens das Problem der Identifikation. Um als Ware wiedererkannt werden zu können, müssen die entsprechenden Gegenstände oder Materialien eine erkennbare und spezifische →Form finden. Dies kann mittels Kennzeichnung mit Marken und Zeichen durch die Hersteller:innen oder durch Prüfinstanzen geschehen. Im frühneuzeitlichen Marktgeschehen hatten aber vor allem unmarkierte Waren – wie man sie heutzutage jenseits von Wochenmärkten und den Frischeabteilungen der Supermärkte eher selten findet – einen großen Anteil. Hier ist es oftmals die Marktroutine selbst, in der sich eine entsprechende Ordnung der Dinge erst herausbildet und verdichtet. An die sensorisch prüfbare äußere Form der Ware und Vorstellungen zu ihrer Herkunft werden Erwartungen etwa zur Qualität geknüpft, die sich im Marktgeschehen etablieren und bewähren müssen. Hierbei werden heterogene Waren in ausreichend homogene Sorten differenziert. Aus der entstehenden Sortenkonkurrenz ergeben sich wiederum Praktiken wie schleichende Qualitätsverschlechterung, Imitation erfolgreicher Sorten oder das Komponieren neuer Varietäten, so dass Kauf-

interessierte zur beständigen Prüfung und Anpassung ihrer Erwartungen genötigt sind.

Die äußere Form von Halbfertig- und Fertigprodukten ist wesentlich durch die spezifischen Techniken ihrer Verarbeitung geprägt. Insbesondere gilt dies für die in frühneuzeitlichen Ökonomien so wichtige Verarbeitung pflanzlicher und tierischer Rohstoffe, die bei raumzeitlich ausgedehntem Marktgeschehen schon wegen der Verderblichkeit der Stoffe notwendig war. Praktiken wie das →Konservieren rühren meist aus der Überwindung simpler, lokaler Alltagsprobleme her, in der Folge ergeben sich aber oft neue, über lokale Kontexte weit hinausreichende, in Umfang und Logik auf Massenumsatz gerichtete Ökonomien. Dies kann größere Stabilität und Sicherheit der Versorgung mit Grundnahrungsmitteln bedeuten, aber auch zur Übernutzung naturaler Ressourcen und zur Verdrängung indigener Gesellschaften durch die konkurrierende Nutzung von Naturräumen führen.

Konservierte Produkte können ebenso wie von sich aus beständige Waren zum Gegenstand großräumiger Austauschprozesse werden. Dies ging mit Transportvorgängen einher, die als Leistungen der Allokation in die Preisbildung auf Warenmärkten eingingen. Da zur Praktik des Kaufens das Überstellen des gekauften Gutes immer dazugehört, ist das →Transportieren physischer Ware auch in lokalen Kontexten immer notwendiger Bestandteil des Marktgeschehens. Gerade zur Überwindung größerer Distanzen erwächst daher ein Bedürfnis nach Speditionsdienstleistungen, das Anlass zu einem aus dem primären Marktgeschehen abgeleiteten Markt, dem Markt der Speditionsleistungen, gibt.

Weitere abgeleitete Märkte der Frühen Neuzeit verweisen auf spezifische Techniken der Expansion kapitalistischen Wirtschaftens, namentlich auf das →Verbriefen. Wenn die Verfügung über eine Ware oder einen Produktionsfaktor verbrieft und das Verfügungsrecht damit handelbar gemacht wird, können diese Verbriefungen als Wertpapiere Gegenstand eines eigenen Marktgeschehens werden. Diese sekundären Märkte verschaffen den Teilnehmer:innen erhöhte Hebelkräfte bei der Positionierung und Anwendung ihrer Kapitalien und erzeugen neue Dynamiken. Der Zugang zu diesem abstrakten, formal anspruchsvollen Marktgeschehen beschränkt sich oft auf einen Zirkel ausreichend kundiger und kapitalkräftiger Akteur:innen.

Nicht nur beim Verbriefen sind Aufschreibepraktiken zentrale Komponenten in der Organisation eines raumzeitlich verteilten Marktgeschehens.

Buchhaltungspraktiken sind die Grundvoraussetzung dafür, dass Kaufleute eine Vielzahl von Transaktionen mit den damit einhergehenden Zahlungs- und Lieferversprechen überhaupt bewältigen können. Das →Buchführen bringt die Transaktionen in einen Gesamtzusammenhang, archiviert sie und strukturiert künftige Handlungen und Planungshorizonte. Es dokumentiert und kumuliert Kreditbeziehungen, wie sie in einem raumzeitlich verteilten Marktgeschehen – bei denen ein direktes »Ware gegen Bezahlung« unerwünscht, ja unmöglich ist und das Verbuchen von offenen Rechnungen von einem Markttermin zum nächsten üblich – notwendigerweise und (mit Blick auf die Finanzierung von Geschäften) auch wünschenswerter Weise entstehen. Aus diesem Datenverarbeitungsprozess heraus kommunizieren die Akteur:innen miteinander, zuweilen in Präsenz, vor allem aber wiederum schriftlich, mit Bestellungen, kreditausgleichenden Wechselbriefen, etc.

Wer am Markt Gewinne erzielen möchte und dabei aber auch wegen der Unsicherheit äußerer Einflüsse Verluste riskiert, muss eine Vorstellung davon haben, wie sich Preise und Marktlagen (künftig) entwickeln. Das →Prognostizieren idealer (Ver-)Kaufzeitpunkte basiert auf dem Identifizieren von Mustern verschiedenster Art, die zurückliegende Erfahrungen über die Gegenwart hinaus in die Zukunft fortführen.

Neben solchen Praktiken der Ermöglichung von Marktgeschehen stehen Praktiken seiner Begrenzung und Moderierung, etwa wenn Obrigkeiten aus dem Markttausch gezogene →Gewinne begrenzen. Das Gewinnstreben gilt heutzutage als Motor der Wirtschaft, die rechtliche Begrenzung von Gewinn hingegen oft als kontraproduktiver Eingriff, als wirtschaftsfeindliche Bremse. Gelegentlich wird hier ›modernes Wirtschaften‹ von einer dem Gewinnstreben vermeintlich ganz abgeneigten, restriktiven ›vormodernen‹ Ökonomie abgegrenzt. Ein genauerer Blick auf frühneuzeitliches Marktgeschehen zeigt, dass Maßnahmen der Gewinnbegrenzung in der Regel keineswegs auf prinzipielle Markt- und Wettbewerbsfeindlichkeit verweisen. Sie sind vielmehr, damals wie heute, das Ergebnis komplexer Abwägungsprozesse, in denen sowohl das Gewinnstreben als auch die ›freie‹ Preisbildung relevant sind. Oft begrenzten obrigkeitliche Eingriffe gerade auch jene Modi des Gewinnstrebens, die Marktwettbewerb unterlaufen und unterminieren.

Nicht immer lassen sich Konflikte um die Verhältnisse auf Märkten und um Märkte gütlich regeln, sei es wegen des fehlenden Willens einzelner Akteur:innen, sei es weil die Auffassung vorherrscht, dass die beklagten Miss-

stände einer spezifisch marktförmigen Ökonomie inhärent seien, die Vorteile dieser Wirtschaftsform im Saldo aber die Probleme überwögen. Solche Konflikte zeigen sich besonders bei der Erzeugung marktförmiger Waren. In diesem Nexus von →Produzieren und argumentieren werden Produzent:innen, Verarbeiter:innen, Financiers etc. als direkte Verursacher:innen von Missständen adressiert, die aus ihrer Machtposition am Markt heraus, zum eigenen Nutzen, anderen Nachteile aufdrängten. Die Beklagten wiederum argumentieren häufig nicht, indem sie Dritte des Fehlverhaltens beschuldigen, sondern marktbezogen und verweisen dabei auf Effekte des Marktgeschehens, die ihnen keine anderen Handlungsoptionen ließen.

Machtkonflikte können auch zwischen unterschiedlichen Marktveranstaltungen entstehen, wie sie vor allem für die Organisation des europäischen Groß- und Fernhandels und seiner Finanzierung in der Frühen Neuzeit von großer Bedeutung waren. Als Präsenzveranstaltungen musste man sie →Terminieren und koordinieren, sie in Relation zu anderen Veranstaltungen bringen. Gerade die Organisation der Abfolge analoger Marktveranstaltungen barg Konfliktpotential, denn die unterschiedlichen Markt- und Messestätten adressierten dieselben Besucher:innen. Ohne kalendarische Koordination konnten die räumlichen Entfernungen nicht rechtzeitig überbrückt und folgende Märkte pünktlich erreicht werden. Hieraus ergaben sich Konkurrenzen um günstige Termine und eine Bedeutungshierarchie der betreffenden Märke.

Das Wissen um die so festgelegten Abläufe fand seinen Weg in gedruckte Messekalender, und nicht allein dieses Wissen: Mit der Verbreitung des Buchdrucks entstand in der Frühen Neuzeit eine Möglichkeit, Wissen über lokal spezifische wie allgemein gültige Marktpraktiken, über Formen von Waren und damit verbundene Erwartungen, über die Produkte und Schätze ökonomischer Räume und vieles mehr zu explizieren und in einem neuen Medium mit großer Reichweite auszutauschen und zu etablieren. Lokal und in der kurzen Frist galt dies gar für einzelne Transaktionsmöglichkeiten, Gelegenheiten zum Markttausch, die über die Anzeigenblätter beworben wurden. Mit den neuen Medientechniken konnten Akteur:innen nun in neuer und erweiterter Weise →Marktwissen drucken und seinerseits marktförmig zirkulieren lassen.

Nicht alle Marktkonstellationen sind von längerer Dauer und entsprechend institutionalisiert, so dass es sich lohnt oder auch nur möglich wäre, das Wissen über sie in Büchern zu explizieren. Oft sind sie kurzfristig und temporär, mit Blick auf einzelne oder wenige mögliche Transaktionen.

Dennoch wurden Informationen über diese einmaligen Marktereignisse häufig auch gedruckt, nämlich in Form bewerbender Anzeigen. In solchen für sich einzigartigen, aber immer wiederkehrenden Marktsituationen gilt es jeweils, punktuelles Angebot und punktuelle Nachfrage in Beziehung zu bringen und zu vermitteln. In der Frühen Neuzeit wurden zur Vermarktung von punktuellen Angeboten verschiedene Verfahren genutzt, die mit Spiel- oder Wettbewerbselementen wie dem →Verlosen, verschießen, versteigern des Angebots angereichert waren. Indem die Marktsituation als unterhaltsames Ereignis organisiert, das Marktgeschehen eventisiert und beworben wurde, sollten potenzielle Nachfrager:innen angezogen und in Konkurrenz gebracht werden. Märkte lassen sich als Orte des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage verstehen, und dieses Zusammentreffen muss stets – ob als singuläres Event oder dauerhaftes Arrangement – organisiert werden.

In aller Regel herrscht die Auffassung vor, dass dieses ›Zusammentreffen‹ dann im ökonomischen Kern als ein Preisbildungsmechanismus funktioniert, aus dem *ein* Marktpreis resultiert. Vermehrtes Angebot senkt diesen Preis, vermehrte Nachfrage steigert ihn. In einer solchen mechanistischen Sicht sind es die Veränderungen der angebotenen und nachgefragten Warenmengen, welche die Preise determinieren. Implizit erscheinen alle Marktteilnehmer:innen gemeinsam, gleichartig und unbedingt in die Konkurrenz um ein Gut eingespannt und so an einer automatischen, objektiven Preisbildung beteiligt. Lenkt man aber den Blick auf konkretes Marktgeschehen, sieht man etwas anderes: Marktteilnehmer:innen sind (mehrheitlich) eben keine Statist:innen. Sie wissen als Akteur:innen um die preisbildende Wirkung ihres Angebots bzw. ihrer Nachfrage, darum, dass sie die →Preisbildung beeinflussen können, und bringen sich entsprechend bedacht und taktisch in den Markt ein. Man sieht, in den anfangs zitierten Worten von Cohn, den *menschlich-lebendigen Charakter der Preisbildung*.

Das von Cohn kritisierte Bild vom Markt als Automaten einfach beiseitezuschieben, wäre gleichwohl billig und auch weder sachgerecht noch zielführend. *Historisiert* man die mechanische Marktvorstellung, dann führt das direkt zurück in Beobachtungen des Marktgeschehens und seiner Praktiken – und vom Fragment →Preisbildung beeinflussen zurück zu dem davor diskutierten →Verlosen, verschießen, versteigern. Während Verlosungen und Verschießungen (also die Vergabe einer Ware über einen Wettbewerb mit Antrittsgeld) im frühen 19. Jahrhundert als Modus der Marktallokation unüblich wurden, spielt die Versteigerung bis heute eine wichtige

Rolle. Gegenüber Verlosungen und Verschießungen zeichnet sich die Versteigerung dadurch aus, dass die Bewertung im Prozess selbst stattfindet und *eines seiner Resultate* ist.[11] Eben dies machte die Auktion als Marktpraktik für die ökonomische Theoriebildung des späten 19. Jahrhunderts attraktiv – einer Theoriebildung, in der das Marktgeschehen im Ergebnis aber hinter einem Marktmodell zurücktrat und schnell ganz aus dem Blick entschwand.

Mosaik 2: Marktmodell und Epochenspezifik

Der ökonomischen Klassik vom späten 18. bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts, von Adam Smith über David Ricardo bis Karl Marx und John Stuart Mill, waren nicht nur Vorstellungen von der Marktpreisbildung als einem automatischen Mechanismus eigen, wie sie Gustav Cohn so scharf kritisierte. Postuliert wurde zudem, dass der Marktpreis einer Ware *in freien Märkten* immer zu einem ›natürlichen Preis‹ tendiere, dem ›wahren‹ Wert der Ware, der objektiv durch die in sie verausgabte Arbeitszeit bestimmt sei. Hingegen gingen in den 1870er Jahren, in der Anbahnung der neoklassischen Mikroökonomik, prominente Ökonomen der sogenannten Grenznutzenschule wie Léon Walras, Stanley Jevons oder Carl Menger davon aus, dass der Wert einer Ware rein subjektiv sei, im Auge der Betrachter:innen läge, und am individuellen Nutzen gemessen würde, den das Erlangen der Ware der jeweiligen Person verschaffe. Ein intersubjektiver ›Marktwert‹ der Ware war also nicht *a priori* gegeben, er bestimmte sich erst praktisch, im Vollzug und als Resultat des Marktgeschehens – eben als Marktpreis.

Walras, der wohl wirkmächtigste Vertreter dieses Ansatzes, bildet seine Markttheorie entsprechend durch Stilisierung von Marktpraktiken:

> »Vor allem haben wir den Mechanismus jener freien Konkurrenz präzis zu definiren, deren Walten wir auf unserem Markte voraussetzen. Versetzen wir uns zu dem Ende auf irgend einen freien Markt und sehen wir, wie er sich gestaltet. Begeben wir uns z.B. auf den Kornmarkt und legen wir uns gewissenhaft von allen Vorgängen auf demselben Rechnung ab«.[12]

Indem Walras dies tut, entwickelt er eine algebraische Modellierung des Marktes: »der mathematische Ausdruck jenes Mechanismus der freien Konkurrenz«.[13] Durch das so hergeleitete System von Gleichungen sind die optimalen Preise für die verschiedenen Waren in einer Marktwirtschaft

theoretisch bestimmt – jene Preise, durch die alle Märkte geräumt, jedes Angebot und jede Nachfrage in bestmöglicher Weise vermittelt werden, eine in Gänze als Marktsystem verstandene Volkswirtschaft in ein allgemeines Gleichgewicht kommt:

»So ergeben sich, wenn die Nachfrage-Gleichungen gegeben sind, aus diesen mathematisch die Preise. Bleibt also nur nachzuweisen, und dies ist der Haupt-Punkt, dass jenes Problem des Tausches, welches wir soeben theoretisch gelöst haben, auch dasselbe ist, welches in der Praxis auf dem Markt durch den Mechanismus der freien Konkurrenz seine Lösung findet«.[14]

Die Frage ist also, ob das mathematische Modell denn tatsächlich mit dem empirisch vorfindbaren Marktgeschehen und dabei vor allem der Preisbildung korrespondiert. Walras plausibilisiert nun, dass das praktische Marktgeschehen nichts anderes ist als ein Aushandlungsprozess, ein Herantasten (*Tâtonnement*) an jene optimalen Preise. Hierzu stellt sich Walras vor, dass ein Auktionator für alle Märkte vorläufige Marktpreise aufruft und diese dann je nach Reaktion des nachfragenden Publikums – überdurchschnittlichen Andrang zu der einen Ware, unterdurchschnittlichen Andrang zu der anderen Ware – anpasst, bis man am allgemeinen Gleichgewichtszustand mit seinen optimalen, markträumenden Preisen angelangt ist.

Indem man davon ausgeht, dass diese Bewertung aller Waren durch das nachfragende Publikum in völlig rationaler Weise erfolgt und somit durch die Präferenzen und Möglichkeiten der Akteur:innen determiniert ist, wird das lebendige Marktevent der Auktion gewissermaßen entzaubert, die kontingente Marktpraktik zu einem deterministischen Handlungsschema, zum konzeptuellen Nukleus eines Preisfindungsautomatismus geschrumpft. Dieser neue Automatismus bestimmt den Preis nicht abkürzend aus dem *Quantum des Angebotes und des Bedarfes* (wie Cohn es für den Marktmechanismus der Klassik befindet), sondern geht den langen Weg über die Präferenzen und Zahlungsmöglichkeiten der Nachfrager:innen, die im Angesicht des vorhandenen Angebots konkurrierend aufeinander treffen. Die nötigen Entscheidungen – wie verteilt sich das Angebot auf die Nachfrage, zu welchem Preis – resultieren im Modell aber nicht aus kontingentem Marktgeschehen: Sie sind vorgezeichnet und theoretisch (bei Kenntnis aller Präferenzen) *a priori* berechenbar.[15]

In der neoklassischen Abrundung dieses Ansatzes, wie er zur Jahrhundertwende durch Alfred Marshall und andere geprägt wurde, wird auch die Angebotsseite des Marktes aus einer Stilisierung des Marktgeschehens her-

aus beschrieben – hier gelten nun Unternehmen als idealtypische Anbieter, für welche der Umfang ihres Angebots (also ihrer Produktion) aus dem Zusammenspiel ihrer Produktionskosten und der am Markt für konkrete Angebotsmengen erzielbaren Preise determiniert wird.

Neoklassische Preistheorie beruht also explizit auf Beobachtung und Stilisierung von Marktpraktiken. Aber in der Abstraktion werden die Akteur:innen gesichtslos, ihre unterschiedlichen Intentionen und Beweggründe, ihre offenen Koalitionen und heimlichen Absprachen werden negiert. Ein jeder, eine jede existiert hier nur noch als Teilpersönlichkeit im Sinne John Stuart Mills, »as a being who desires to possess wealth, and who is capable of judging the comparative efficacy of means of obtaining that end«.[16] Diese Teilpersönlichkeit wird sodann zum unspezifischen Nutzenmaximierer, zum *homo oeconomicus* verallgemeinert. Und selbst das ist nur ein Zwischenschritt, in der Herleitung der resultierenden Effekte wird das stilisierte Marktgeschehen dann gänzlich unsichtbar: In der grafischen Darstellung schneiden sich nur noch die beiden Kurven der Angebots- und der Nachfragefunktion.

Milton Friedman argumentierte 1953, dass die resultierende mikroökonomische Theorie nicht trotz, sondern gerade *wegen* ihres geringen Realismus infolge der Vereinfachung der Grundannahmen eine besonders gute Hypothese sei:

»Truly important and significant hypotheses will be found to have ›assumptions‹ that are wildly inaccurate descriptive representations of reality, and, in general, the more significant the theory, the more unrealistic the assumptions (in this sense).* The reason is simple. A hypothesis is important if it ›explains‹ much by little, that is, if it abstracts the common and crucial elements from the mass of complex and detailed circumstances surrounding the phenomena to be explained and permits valid predictions on the basis of them alone.

** The converse of the proposition does not of course hold: assumptions that are unrealistic (in this sense) do not guarantee a significant theory*«.[17]

Die Abstraktion vom Marktgeschehen hat in der Tat – hier ist Cohn zu widersprechen – ein wirkmächtiges wissenschaftliches Werkzeug von enormem Gebrauchswert hervorgebracht, das *viel durch wenig* erklärt. Nun ist *viel* im Zweifelsfall immer noch sehr viel weniger als *alles*, und das gute Verhältnis von Aufwand und Ertrag macht die mikroökonomische Preistheorie zu einem effizienten Werkzeug, nicht zu einer Allzweckwaffe. Wirklich problematisch ist aber etwas anderes, wenn nämlich im Weiteren aus den Eigenarten des Werkzeugs umgekehrt Vorstellungen über den bearbeiteten Gegenstand, hier: die ›Natur‹ von Märkten abgeleitet werden. Dies ist insbesondere der Fall, wenn Mikroökonomik metaphysisch gewendet wird, wenn

nämlich die Beschreibung des Markts durch Gleichungen als das eigentlich Wirkliche gilt: ein dem Räderwerk des Universums eingeschriebener Mechanismus, aus dem zu einem Gleichgewicht strebende ›Marktkräfte‹ Wirkung entfalten, denen sich die ökonomische Praxis der Marktteilnehmer:innen nur unterordnen kann und in der diese Praxis letztlich als Störfaktor beim Erreichen idealer ökonomischer Zustände, eben des Gleichgewichts, wirkt. All dies verwechselt Ursache und Effekt. Marktgeschehen wird nicht durch einen abstrakten Marktmechanismus hervorgebracht und formatiert, sondern das Marktgeschehen selbst bringt strukturierte Effekte, von beobacht- und beschreibbaren Mustern geprägte Resultate hervor. In dieser Hinsicht trifft Cohns Kritik.

Zwar ist es zweifellos möglich, das abstrakte Marktmodell performativ zu wenden. Dies ist dann aber eine Entscheidung über das konkrete Design eines Einzelmarktes oder eine politische, soziale Verhältnisse gestaltende Entscheidung: eine Metapraktik der Ausgestaltung von Marktgeschehen nach spezifischen Prinzipien, keine Realisierung eines von Marktpraktiken und Akteur:innen gelösten und unabhängig arbeitenden Marktmechanismus.[18] Eben diese Möglichkeit zur performativen Wendung des Marktmodells – und allgemeiner noch: die Verankerung des mechanistischen Marktbilds in den Köpfen und im Handeln von Akteur:innen, durch die es im alltäglichen Marktgeschehen praktisch wirksam wird – markiert aber nun eine mögliche und vielleicht sogar die einzig kategorische Differenz zwischen ›modernen‹ und ›vormodernen‹ Märkten.

Zwei andere Postulate einer kategorischen Differenz dieser Art, welche in der Diskussion lange prominent waren und zum Teil immer noch sind, erscheinen dagegen immer weniger stichhaltig. Das eine ist die Charakterisierung ›moderner Gesellschaften‹ (und ihrer Ökonomien) als Konkurrenzgesellschaften, im Unterschied zur vermeintlichen Wettbewerbsfeindlichkeit der ›Vormoderne‹. Dieses Postulat erweist sich im Licht neuerer Forschungen als empirisch fragwürdig, wie sich etwa auch im Fragment →Gewinne begrenzen gezeigt hat.[19]

Das andere Postulat ist – bzw. war – das der sozialen Entbettung von Märkten an der Schwelle zur Moderne, wie es besonders von Karl Polanyi geprägt wurde: Demnach seien moderne Märkte rein von ökonomischen Motiven und Logiken bedingt und sozial unverbindlich, während in der Vormoderne alle ökonomische Aktivität in die Stiftung und Erhaltung sozialer Beziehungen eingebettet und von diesen bedingt worden sei.[20] Es ist eben diese These, welche die in der Einleitung dieses Bandes thematisierte Kon-

troverse zwischen substantivistischen Perspektiven (wie jener Polanyis) und formalistischen Perspektiven (wie jene der neoklassischen Nationalökonomie) maßgeblich befeuert hat. Mit der Herausbildung der neuen Marktsoziologie seit den 1980er Jahren, hier besonders im Gefolge der Überlegungen von Mark Granovetter, ist die kategoriale Differenz vormoderner ökonomischer Ein- und moderner Entbettung nachdrücklich zu den Akten gelegt worden; Granovetter etwa geht von einer allzeitigen sozialen Einbettung ökonomischer Aktivität aus, die aber immer nur relativ und partiell (und nicht wie bei Polanyi absolut, umfassend, kategorisch) zu denken sei.[21]

Gleichwohl wirft Polanyis kategoriale Differenz bis heute lange Schatten, genauer gesagt: seine damit verbundene Ablehnung, mikroökonomische Theorie als zulässiges Werkzeug für die Untersuchung vormoderner ökonomischer Verhältnisse in Betracht zu ziehen. Hier war Polanyi keineswegs der erste. In der grundsätzlichen Opposition der Historischen Schule der Nationalökonomie zur Grenznutzenschule und der entstehenden Neoklassik lassen sich bereits im späten 19. Jahrhundert ähnliche Argumente beobachten. Ein Beispiel ist Karl Büchers 1893 publizierte Stufentheorie der Entwicklung von Gesellschaften – vom Primat der geschlossenen, vorrangig subsistenten Hauswirtschaft über das hoch- und spätmittelalterliche Primat einer von gewerblicher Auftragsproduktion geprägten Stadtwirtschaft hin zum neuzeitlichen Primat der Volkswirtschaft mit ihrer Produktion für ›anonyme Märkte‹.[22] Bücher postulierte dieses Stadienkonzept vor allem, um die historische Anwendung ›moderner‹ Volkswirtschaftslehre zu begrenzen: Diese sei eben aus der Anschauung von Volkswirtschaften gewonnen und somit auch nur für die neueste Zeit anwendbar, den älteren Verhältnissen hingegen wesensfremd. Auch für ihn waren neuzeitliche Märkte angesichts der nicht mehr kleinräumlichen Austauschbeziehungen und der Verlagerung von Auftrags- auf Vorratsproduktion weniger durch konkrete und feste soziale Beziehungen bestimmt als zuvor.

Die Anwendung mikroökonomischer Analysewerkzeuge auf einen konkreten Marktzusammenhang erfordert aber keineswegs, dass die zeitgenössischen Akteur:innen selbst einen abstrakten Marktbegriff oder gar eine mechanistische Marktvorstellung teilten – und zwar ebenso wenig, wie die Verbreitung mechanistischer Marktvorstellungen unter den Akteur:innen Forschungsansätze ausschließt, bei denen Handlungen oder, weiter gedacht, Praktiken fokussiert werden. Im Gegenteil! Frühneuzeitliche Märkte in Europa und seinen globalen Kontaktzonen wie in diesem Buch über Praktiken, als Marktgeschehen, in den Blick zu nehmen, ist gerade keine Affirmati-

on einer epochenspezifischen Wahl von Methodologien, sondern liefert eine implizite Folie gegenwärtigen Marktgeschehens: Was ist uns vertraut, was fremd?

Während verschiedene, gewissermaßen aus der Mode gekommene Praktiken wie das Verschießen und Verlosen zunächst irritieren, sind Differenzen zu heutigem Marktgeschehen insgesamt eher graduell und verweisen auf Verschiebungen in den Grundmustern des Wirtschaftens und seiner Organisationsweisen. So trifft man auf Märkten heute wie damals sowohl markierte als auch unmarkierte Waren an – die unmarkierten Waren spielen auf frühneuzeitlichen Märkten aber eine weitaus größere Rolle als heute, was mit elaborierten Praktiken der Warenidentifizierung und ausgeprägten Strukturierungen von Warenlandschaften einherging (→Form finden). Zugenommen hat seit dem 19. Jahrhundert insbesondere die Standardisierung von Waren, was erstens mit dem Charakter industrieller Verfahren in Verbindung steht, zweitens mit der Strategie, spezifische Waren durch größere Konstanz und Verlässlichkeit ihrer Eigenschaften attraktiver zu machen, und drittens mit einem Bemühen darum, volumenstarken Handel effektiv zu gestalten. So wird etwa eine Tendenz sichtbar, im frühen 19. Jahrhundert in der Vorbeugung von Reibereien weniger auf Einzelfallentscheidungen durch Mittler- und Schiedsakteure zu setzen, sondern Handel stärker präemptiv zu reglementieren und zu formatieren, um zu standardisierten Operationen – inklusive standardisierter Warenklassen – zu kommen (→Reibereien vorbeugen). Mittelfristig entstanden hieraus Terminmärkte, langfristig die heutigen Derivateökonomien. Die rechtliche Verfügung über Waren oder Ressourcen und ihre leichte Transferierbarkeit traten hier gegenüber ihrer Materialität und direkten Nutzbarkeit zunehmend in den Vordergrund: ein Begehren, das sich für die frühkapitalistische Elite in Europa schon seit geraumer Zeit in Praktiken wie dem →Verbriefen gezeigt hat.

Dass sich eine Praktik wie das →Kaufen als ein Bündel räumlich und zeitlich verteilter Praktiken darstellt, ist eine prinzipielle Beobachtung und kein Spezifikum frühneuzeitlichen Marktgeschehens. Sehr wohl aber ändern sich die Muster der Auf- und Verteilung. Grundsätzlich ist dabei eine bereits im 18. Jahrhundert spürbar werdende Tendenz zur Dezentrierung des Marktgeschehens zu beobachten, eine Verlagerung von punktuellen Konzentrationen in raumzeitlich fixierten Marktveranstaltungen hin zu einem stärker ›in der Fläche‹ verteilten Marktgeschehen. Damit ging auch eine begriffliche Verschiebung des Marktbegriffs einher, der jetzt ebenso im Sinne von »Absatzraum« oder gar als abstrakter Raum verstanden werden

konnte. Hinter dieser Entwicklung standen unter anderem die Entwicklung eines selbständigen Speditionswesens (→Transportieren) und die Ausdehnung von Marktöffentlichkeiten durch das Aufkommen von Druckmedien und neuen Praktiken, Waren zu →Bewerben, besonders durch Anzeigen.

Wissen über Märkte konnte aufgrund der Medienentwicklung selbst zum Gegenstand von Märkten gemacht werden – im 19. Jahrhundert angesichts gestiegener Anonymität in Märkten dann auch in Form von Ratingagenturen, bei denen man sich eine Auskunft über die Verlässlichkeit anderer Marktteilnehmer:innen kaufen konnte. Die Zugänglichkeit von Märkten ist dabei heute oft anders konstituiert, als es sich für das frühneuzeitliche Marktgeschehen beobachten lässt: Das →Privilegieren oder boykottieren spezifischer soziokultureller Gruppen wird heute gesellschaftlich eher als Korruptions- oder Diskriminierungspraktik bewertet, der Zugang zu Märkten gilt als nur in zweckrational-objektiv verstandener Weise beschränkbar – in absoluter Form etwa durch formale, nachzuweisende (rechtliche, qualifikatorische oder finanzielle) Anforderungen, in relativer Form mit Blick auf Indikatoren wie eben das Kreditrating.

Was sich zweifellos verändert hat, und dies wurde hier bereits ausführlich hervorgehoben, ist das Sprechen und Nachdenken über Märkte, die Verallgemeinerung und Abstraktion des Marktbegriffs über die konkrete Marktveranstaltung hinaus, die Aufladung jenes abstrakten Marktbegriffs mit mechanistischen Konzepten und der Zuschreibung von Agency jenseits des Handelns und der Verantwortung einzelner Akteure. Die im Fragment →Produzieren und argumentieren betrachteten Auseinandersetzungen demonstrieren sehr wohl ein zeitgenössisches Bewusstsein dafür, dass Vermarktlichung etwa verschiedene Produktionsweisen expliziter in Konkurrenz bringt, die an Preis-, Kosten- und Nutzenindikatoren festgemacht werden kann, und dass hieraus Zielkonflikte entstehen, in denen Wohlstands- und Ausbeutungseffekte gegenübergestellt werden. ›Der Markt‹ als eine Entität mit eigener Agency, dem man die Verantwortung für Marktresultate freudestrahlend, schulterzuckend oder zähneknirschend zuschreiben kann, kommt in diesen Auseinandersetzungen aber nicht vor. Denn: ›Der Markt‹ handelt nicht. Er erweist sich vielmehr umgekehrt als eine Gesamtheit von Handlungen, von vielfältigen, aufeinander bezogenen, partiell zeitspezifisch geprägten Praktiken.

Woher und wohin?

Noch einmal: *Von selber macht sich das nicht*. Das gilt nicht nur für unseren Gegenstand, sondern auch für unsere Art und Weise, ihn zu beobachten. Weder machen sich Märkte von selbst, noch stellt sich eine theoretische Optik, die konkretes Geschehen, Vollzüge und Vorgänge fokussiert, von selbst ein. Tatsächlich haben wir im Rahmen unserer gemeinsamen Netzwerkarbeit viel über den *practice turn*, Praxeologie als geschichtswissenschaftlichen Ansatz und den Unterschied zwischen Praxis und Praktik(en) nachgedacht, gesprochen und gestritten.[23] Letztlich haben wir uns dann aber dafür entschieden, unserem gemeinsamen Forschen und Schreiben ein absichtlich weitgefasstes Verständnis von Praxis und Praktiken zugrunde zu legen, das zunächst einmal nur die Prozessualität der historischen Wirklichkeit betont, das Sich-Vollziehen in Raum und Zeit, das ›konkrete Geschehen‹, wie es in der Einführung heißt.

Aber warum haben wir unser Buch nicht explizit als Beitrag zu einer ›praxeologischen Geschichtswissenschaft‹ ausgewiesen, warum beinhaltet der Titel weder ›Praxeologie‹ noch ›Praxis‹ noch ›Praktiken‹? Dafür gibt es im Wesentlichen zwei Gründe. Der erste hat damit zu tun, dass das Netzwerk, wie schon in der Einführung erwähnt, Forscher:innen aus sehr unterschiedlichen disziplinären Kontexten vereint, mit unterschiedlichen Graden von Vertrautheit mit – und auch von Skepsis gegenüber – praxeologischen Ansätzen. Um miteinander (und damit vor allem auch: über die disziplinären Grenzen zwischen Frühneuzeitforschung und Wirtschaftsgeschichte hinweg) ins Gespräch zu kommen, zogen wir die geschilderte offene Perspektive auf konkretes Geschehen einer expliziten praxeologischen Engführung vor.

Der zweite Grund hat mit dem »spezifische[n] Problem der historischen Rekonstruktion von Praktiken« zu tun, das Marian Füssel prägnant benannt hat: »Zum einen müssen Praktiken erst einmal als solche erkannt und lokalisiert werden, zum anderen stellt ja gerade die Rekonstruktion einer ›Tätigkeit im Vollzug‹ eine der Hauptschwierigkeiten empirischer Forschung dar«.[24] Und in der Tat: Es zeigte sich im Verlauf der gemeinsamen Arbeit, dass es selbst mit einer weit gefassten Optik keineswegs einfach ist, Marktpraktiken im engeren Sinne, also »raumzeitlich situierte, regelmäßige (teils auch: geregelte) Geschehensganzheiten, in denen heterogene Elemente – u.a. Körper, Bewegungen, Äußerungen, Dinge, Räume, Affekte etc. – auf eine Art und Weise miteinander assoziiert werden, die bestimmte Effekte hervorbringt«,[25] überhaupt beobachtbar und darstellbar zu ma-

chen. Und daher verorten wir uns lieber etwas bescheidener im Kontext der allgemeineren kulturwissenschaftlichen Wendung vom Produkt zur Praxis als im enger gefassten Bereich der Praxeologie. Nicht immer war es möglich, bei der Rekonstruktion konkreten Marktgeschehens alle Faktoren zu berücksichtigen, die praxeologischen Ansätzen mehrheitlich als zentral gelten: Während etwa Kontextualität und Zeitlichkeit in vielen Fragmenten eine Rolle spielen, ist von Materialität und Körperlichkeit weniger die Rede.[26]

Aber auch wenn wir eine entsprechende Selbstzuordnung im Titel nicht vorgenommen haben, so lassen sich dieses Buch und seine Beiträge auch im Kontext derjenigen Ansätze und Forschungsbeiträge lesen, die sich explizit als praxeologisch verorten – und wir würden uns solche Lektüren auch ausdrücklich wünschen. Mehr noch: Die hier für das Marktgeschehen in der Frühen Neuzeit erzielten Ergebnisse ermöglichen es, Beiträge zur praxeologischen Theoriedebatte zu leisten. Konkret geht es um zwei nur scheinbar einfache Fragen: Was sind Praktiken? Und wo vollziehen sich Praktiken?

Wer das historische Material praxeologisch perspektiviert, stellt ›Praxis‹ bzw. ›Praktiken‹ ins Zentrum der Aufmerksamkeit. So weit, so unstrittig.[27] Aber was für Phänomene sind damit eigentlich gemeint? Vielfach werden die zunächst abstrakten Analysebegriffe der Praxistheorie von einem konkreteren Phänomen her verstanden, dem menschlichen Handeln.[28] Praktiken erscheinen dann als ein bestimmter Handlungstypus und Praxis als die Gesamtheit des Handelns. Es handelt sich um eine weitverbreitete Deutung, deren Anziehungskraft vermutlich vor allem darin begründet liegt, dass sie letztlich eine bruchlose Weiterführung eines Erkenntnisinteresses erlaubt, das die Geschichtswissenschaft seit ihrer Verwissenschaftlichung prägt und insbesondere seit dem *cultural turn* wieder stärker hervorgetreten ist – eben das Interesse am menschlichen Handeln.[29] Und wenn es um menschliches Handeln geht, dann geht es letztlich vor allem um die Menschen (der Alltagsverstand sagt: um wen auch sonst?), deren Handeln untersucht wird, ihre Interessen und Intentionen, ihr Wissen und ihre Wirkungsmacht.[30]

Gegen diese Konzeption der Praxis vom Handeln her ist jedoch Einspruch erhoben worden mit dem Argument, dass der analytische Clou des *practice turn* ganz im Gegenteil darin liege, grundlegend andere Aspekte der sich vollziehenden Wirklichkeit zu adressieren als die traditionelle Handlungstheorie: »Die Perspektivierung des Verhaltens durch ›Praktiken‹ besteht darin, der Tätigkeit als ›kind of doing‹ und der Handlung als ›personalized doing‹ einen kulturell vermittelten ›way of doing‹ zur Seite

zu stellen«.[31] Im Anschluss an diese Position müsste praxeologische Geschichtswissenschaft vor allem am ›Wie‹ interessiert sein, an der typisierten Art und Weise der Vollzüge, der sozialen Eigenlogik der Vorgänge. Das heißt zwar nicht, dass die Frage des ›Wer‹ keine Rolle spielt, aber die Menschen stehen eben nicht im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit, sie sind nicht die alleinigen Urheber:innen und ausführenden Subjekte der Praktiken, sondern neben und mit anderen wirkmächtigen Elementen, vor allem Dingen und Tieren, in diese verwickelt und verwoben – als *Teilnehmer:innen*.[32]

Nachdem wir uns nun einige Jahre mit Marktgeschehen befasst haben, erscheint uns die zweite Position sehr viel fruchtbarer. Zum einen erwies sich eine kontrastierende Unterscheidung von Handeln und Praxis für unser gemeinsames Forschen schon deshalb als konzeptionell notwendig, um jenseits des Markthandelns der Individuen die Eigenart und -logik des Marktgeschehens überhaupt konzeptionell adressieren zu können. Dies ist umso wichtiger, weil Märkte emergente soziale Phänomene darstellen, deren Eigenschaften sich nicht auf die Eigenschaften ihrer Elemente zurückführen lassen.[33] Zum anderen erwies sich dieser Zugriff auch als analytisch ertragreich: Immer wieder zeigte sich, dass Marktpraktiken (Ver-)Käufer:innen und Waren (und viele andere sozio-materielle Elemente) auf eigenlogische Art und Weise und mit bestimmten Effekten aufeinander bezogen und dass die Marktteilnehmer:innen in diese praktischen Vorgänge verwickelt waren, mal maßgeblich, mal in einer Nebenrolle. Praxeologie sollte nicht als akteurszentrierter Ansatz verstanden werden, denn wer Praktiken beobachtet, fokussiert nicht Akteur:innen, sondern die Vollzüge und Vorgänge, an denen sie teilnehmen.

Die zweite Frage, wo sich Praktiken vollziehen, bezieht sich vor allem auf den Untersuchungsmaßstab praxeologischen Forschens. Praxistheorien legten nahe, so Andreas Reckwitz, mit einem »quasi-ethnologischen Blick auf die Mikrologik des Sozialen« zu schauen.[34] Reckwitz’ Aufsatz ist in der geschichtswissenschaftlichen Theoriedebatte breit rezipiert worden, Lucas Haasis und Constantin Rieske zitieren zustimmend die Formulierung von der »Mikrologik des Sozialen« und empfehlen im Anschluss an eine Formulierung von Philip Sarasin für die Forschungspraxis eine »serielle Strategie mit mikroskopischem Blick«.[35] Dagmar Freist plädiert nicht nur für eine »Verkleinerung des Beobachtungsmaßstabs, um unter der wissenschaftlichen Beobachterperspektive eines mikroskopischen Blicks die Komplexität sozialer Praktiken […] sichtbar zu machen«, sondern konzipiert sogar umfassend »Historische Praxeologie als Mikro-Historie«.[36]

Mikrologik, mikroskopischer Blick und Mikro-Historie bezeichnen zwar ganz Unterschiedliches, aber eines zeigt diese kurze Zusammenschau ganz deutlich: Maßgebliche Vertreter:innen einer praxeologisch gewendeten Geschichtswissenschaft sind der Überzeugung, dass sich Praktiken auf der Mikroebene vollziehen und am besten mit einem ›kleinen‹, das heißt raumzeitlich eng umgrenzten Untersuchungsmaßstab erforscht werden sollten.[37]

Auch gegen diese Position sind Einwände vorgebracht worden, am vehementesten wohl von Theodore Schatzki einerseits und Vertreter:innen der Akteur-Netzwerk-Theorie andererseits. Das beginnt schon bei der grundlegenden Unterscheidung selbst: Bruno Latour hat nachdrücklich für das »Aufgeben der Mikro/Makro-Unterscheidung« plädiert zugunsten einer ›flachen Ontologie‹ ohne verschiedene Ebenen.[38] Und auch für Schatzki, der ansonsten fast immer anderer Meinung ist als Latour, steht fest, »dass Praktiken sich nur auf einer Ebene erstrecken« und »dass ›das Makro‹ und ›das Mikro‹ keine abgrenzbaren Ebenen des Sozialen sind«.[39] Diese ›flache Ontologie‹ wird häufig dahingehend verstanden, dass mit ihr alle ›Größenunterschiede‹ zwischen den Phänomenen eingeebnet werden sollen. Dabei handelt es sich jedoch um ein Missverständnis, tatsächlich wird damit vor allem behauptet, dass schlichtweg alle Phänomene – auch die ›makrosozialen‹ – in gleicher Weise als Praktikenbündel konstituiert sind.[40] Noch einmal Schatzki: »Vermeintlich übergeordnete oder globale soziale Phänomene haben also denselben Aufbau wie Mikro- oder lokale Phänomene: Alle bestehen aus Bündeln von Praktiken und Arrangements«.[41] Daraus folgt, dass ein ›kleiner‹ Untersuchungsmaßstab eben nicht immer angezeigt ist, sondern je nach der ›Größe‹ der zu untersuchenden Praktiken gewählt werden muss.[42]

Die Ergebnisse dieses Buches legen unserer Ansicht nach nun nahe, sich der zweiten Position anzuschließen. Schon in der Einleitung wurde deutlich, dass der Markt als Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage gerade kein ›Platz‹ im Sinne eines Marktplatzes sein muss, der an genau einer Stelle raumzeitlich lokalisiert ist. Vielmehr kann das Marktgeschehen räumlich und/oder zeitlich ›verteilt‹ sein, aber trotzdem in seiner Gesamtheit einen funktional, also bezogen auf das Problem des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage, integrierten und damit insgesamt ›ausgedehnteren‹ Ort bilden.[43] Selbst scheinbar so einfache Marktpraktiken wie das →Kaufen konnten zeitlich so weit gestreckt und räumlich so weit verteilt sein, dass keines der involvierten Individuen an allen Teilgeschehnis-

sen gleichermaßen teilnehmen konnte. Praxeologie fokussiert konkrete und lokalisierte Geschehnisse, aber die auf diese Weise beobachteten Praktiken und Effekte können sehr wohl ›groß‹ und ›global‹ sein – und müssen dann auch mit einem entsprechenden Untersuchungsmaßstab erforscht werden.

Das letzte Wort gehört nicht uns, sondern der Akteurin, deren Erlebnisse uns den Einstieg in dieses Buch so leicht gemacht haben. Einige Tage nach ihrem Lütticher Markterlebnis hielt sich Dorothy Wordsworth in Köln auf und betrachtete aus ihrem Zimmer eine Fähre auf dem Rhein:

»Steadily it floats on the lively yet smooth water, a square platform, not unlike a section cut out of a thronged market-place, and the busy crowd removed with it to the plain of water. […] When the boat draws up to her mooring-place, a bell, hung aloft, is rung as a signal for a fresh freight. All walk from the shore, without having an inch to rise or to descend. Carts with their horses wheel away – rustic, yet not without parade of stateliness – the foreheads of the meanest being adorned with scarlet fringes. […] The first debarkation which we saw early in the morning was the most amusing. Peasants, male and female, sheep, and calves; the women hurrying away, with their cargoes of fruit and vegetables, as if eager to be beforehand with the market«.[44]

Nicht nur ist sie eine sehr genaue Beobachterin, vor allem beschreibt Wordsworth Teile des Geschehens in Analogie zu ihren eigenen Marktvorstellungen. Dieses Zusammenbringen von Geschehen und Markt, wenngleich hier zugegebenermaßen völlig anders gelagert, dieses Beobachtungsspiel hat sie außerordentlich fasziniert und unterhalten:

»I was a prisoner; but really the heat this morning being oppressive, I felt not even a wish to stir abroad, and could, I believe, have been amused more days than one by the lading and unlading of a ferry-boat, which came to and started from the shore close under my window«.[45]

Ob unser eigener, unablässiger Pendelverkehr in frühneuzeitliches Marktgeschehen, das Laden und Entladen von Quellen und Beobachtungen, das Übersetzen zwischen den Zeiten eine ähnlich faszinierende Wirkung haben kann, ist ungewiss. Freuen würde es uns.

Alexander Engel / Eva Brugger / Christof Jeggle / Tim Neu

Anhang

Anmerkungen

The Curious Cases of Dorothy Wordsworth

1 »Extracts from Dorothy Wordworth's journal of a tour on the continent, 1820«, in: *Journals of Dorothy Wordsworth*, hg. von William Knight, Bd. 2, London 1897, S. 161–259, hier S. 174.

2 Die Analyse der Bilder ist natürlich um einiges komplexer, insbesondere was die moralischen und religiösen Deutungen angeht; vgl. Günter Irmscher, »Ministrae voluptatum: stoicizing ethics in the market and kitchen scenes of Pieter Aertsen and Joachim Beuckelaer«, in: *Simiolus. Netherlands Quarterly for the History of Art* 16.4 (1986), S. 219–232.

3 Vgl. etwa Oliver Lorz/Morten Endrikat/Horst Siebert, *Einführung in die Volkswirtschaftslehre*, 16. Aufl., Stuttgart 2022, S. 87: »Ein Markt ist der gedankliche Ort, an dem Angebot und Nachfrage zusammentreffen«; Lothar Wildmann, *Module der Volkswirtschaftslehre*, Bd. 1: *Einführung in die Volkswirtschaftslehre, Mikroökonomie und Wettbewerbspolitik*, 2. Aufl., Berlin/Boston, MA 2010, S. 22: »Ein Markt definiert sich generell als der ökonomische Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage, auf dem sich Preise bilden und Tauschgeschäfte vollzogen werden«. Vgl. auch schon früh, allerdings ohne den Begriff des Ortes, Walter Eucken, *Die Grundlagen der Nationalökonomie*, 7. Aufl., Berlin/Göttingen/Heidelberg 1959, S. 109: »Da aus dem Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage der Markt besteht, sind mit der Herausarbeitung der Formen von Angebot und Nachfrage auch die einzelnen Marktformen gewonnen«.

4 Vgl. auch Bas van Bavel, *The invisible hand? How market economies have emerged and declined since AD 500*, Oxford 2016, S. 10 f., der neben dem Angebot-Nachfrage-Zusammenhang und dem Zahlungsmittelgebrauch noch das Profitstreben der Akteur:innen für zentral hält. – Es ist hier explizit nicht von der Verwendung von Geld die Rede, weil damit direkt kontroverse konzeptionelle Debatten aufgemacht würden: So wird Geld in wirtschaftswissenschaftlichen Kontexten überwiegend warentheoretisch (immer noch lesenswert: Carl Menger, »Geld«, in: Johannes Conrad u.a. (Hg.), *Handwörterbuch der Staatswissenschaften*, Bd. 3: *Edelmetalle – Gewerkschaft*, Jena 1892, S. 730–757), von Seiten der Soziologie jedoch weitgehend kredittheoretisch definiert; vgl. Nigel Dodd, *The social life of money: with a new preface by the author*, Princeton, NJ/Oxford 2016, S. 17–26; Aaron Sahr, *Das Versprechen des Geldes. Eine Praxistheorie des Kredits*, Hamburg 2017, S. 57–111; Geoffrey Ingham, *The nature of money*, Cambridge/Malden, MA 2004, S. 15–58. Vgl. weiterführend Felix Martin, *Money: the unauthorised biography*, London 2014, und David Graeber, *Debt: the first 5,000 years*, New York, NY 2011. In der Praxis zeigt sich Geldgebrauch jedoch vornehmlich in der Verwendung von Zahlungsmitteln; vgl. Tim Neu, »Geld gebrauchen. Frühneuzeitliche Finanz-, Kredit- und Geldgeschichte in praxeologischer

Perspektive«, in: *Historische Anthropologie* 27.1 (2019), S. 75–103, hier S. 88–90, im Anschluss an Dirk Baecker, *Wirtschaftssoziologie*, Bielefeld 2006, S. 82 f.

5 Das hängt zum Teil damit zusammen, dass die medialen und infrastrukturellen Ermöglichungsbedingungen im Erfolgsfall unsichtbar werden; Sybille Krämer, »Epistemologie der Medialität. Eine medienphilosophische Reflexion«, in: *Deutsche Zeitschrift für Philosophie* 67.5 (2019), S. 833–850, hier S. 834, spricht vom »Entzug der Medien in ihrem Vollzug«; vgl. auch Dirk van Laak, »Infra-Strukturgeschichte«, in: *Geschichte und Gesellschaft* 27 (2001), S. 367–393, hier S. 385 f.

6 Vgl. zum Begriff der Thematisierungsschwelle Niklas Luhmann, »Kommunikation über Recht in Interaktionssystemen«, in: Erhard Blankenburg (Hg.), *Alternative Rechtsformen und Alternativen zum Recht*, Opladen 1980, S. 99–112, hier S. 100.

7 »Dorothy Wordsworth's journal of days spent at Hamburgh in September and October 1798«, in: *Journals of Dorothy Wordsworth*, hg. von William Knight, Bd. 1, London 1897, S. 19–27, hier S. 25 f.

8 Vgl. auch Ulla Kypta, »How to study the premodern market: the concept of market exchange«, in: Tanja Skambraks/Julia Bruch/Ulla Kypta (Hg.), *Markets and their actors in the late Middle Ages*, Berlin/Boston, MA 2021, S. 7–25, hier S. 20.

9 Vgl. Niklas Luhmann, *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*, Frankfurt am Main 1987, S. 83: »Die funktionale Analyse benutzt Relationierungen mit dem Ziel, Vorhandenes als kontingent und Verschiedenartiges als vergleichbar zu erfassen. Sie bezieht Gegebenes, seien es Zustände, seien es Ereignisse, auf Problemgesichtspunkte, und sucht verständlich und nachvollziehbar zu machen, daß das Problem so oder auch anders gelöst werden kann«.

10 ›Verteilt‹ ist hier gemeint im Sinne von Edwin Hutchins, *Cognition in the wild*, Cambridge, MA/London 1995. Hier ließe sich auch die Definition des Ortes von Michel de Certeau, *Kunst des Handelns*, Berlin 1988, S. 217 f., nützlich machen: »Ein *Ort* ist die Ordnung (egal, welcher Art), nach der Elemente in Koexistenzbeziehungen aufgeteilt werden. Damit wird also die Möglichkeit ausgeschlossen, daß sich zwei Dinge an derselben Stelle befinden. Hier gilt das Gesetz des ›Eigenen‹: die einen Elemente werden *neben* den anderen gesehen, jedes befindet sich in einem ›eigenen‹ und abgetrennten Bereich, den es definiert. Ein Ort ist also eine momentane Konstellation von festen Punkten«. Mit Bezug auf heutige Märkte vgl. Herbert Kalthoff, »Finanzwirtschaftliche Praxis und Wirtschaftstheorie. Skizze einer Soziologie ökonomischen Wissens«, in: *Zeitschrift für Soziologie* 33.2 (2004), S. 154–175, hier S. 160: »Der Bezug auf die Appräsentation bedeutet, dass die auf den Bildschirmen sichtbar gemachten globalen Märkte und ihre laufende Veränderung den gemeinsamen Bezugspunkt einer durch Fernkommunikation und Ferninteraktion charakterisierten und geografisch verstreuten community bilden«. Karin Knorr Cetina, »Von Netzwerken zu skopischen Medien. Die Flussarchitektur von Finanzmärkten«, in: Herbert Kalthoff/Uwe Vormbusch (Hg.), *Soziologie der Finanzmärkte*, Bielefeld 2012, S. 31–62, hier S. 56: »Im institutionellen Handel hingegen ist seit einiger Zeit ein globaler Markt anderer Art zu sehen: Dessen Form der Globalität basiert nicht auf der Durchdringung von Ländern oder auf individuellem Verhalten, sondern auf der Etablierung von Brückenköpfen des institutionellen Handels an den Finanzknotenpunkten der drei Hauptzeitzonen: in New York, London, Tokio und Zürich, Frankfurt oder Singapur«.

11 Vgl. hierzu jüngst die Beiträge in Skambraks/Bruch/Kypta, *Markets and their actors* (wie Anm. 8).

12 Vgl. Patrik Aspers, »Markets, sociology of«, in: Jens Beckert/Milan Zafirovski (Hg.), *International encyclopedia of economic sociology*, London 2006, S. 427–432.

13 Für die Probleme mit Zahlungsmitteln vgl. beispielsweise Hannah Barker/Sarah Green, »Taking money from strangers: traders' responses to banknotes and the risks of forgery in late Georgian London«, in: *Journal of British Studies* 60 (2021), S. 585–608.

14 Vgl. klassisch Clifford Geertz, »The bazaar economy: information and search in peasant marketing«, in: *American Economic Review* 68.2 (1978), S. 28–32, hier S. 30, und, im direkten Anschluss an Geertz, Laurence Fontaine, »Bemerkungen zum Kaufen als soziale Praxis. Feilschen, Preise festlegen und Güter ersteigern im frühneuzeitlichen Europa«, in: *Historische Anthropologie* 14.3 (2006), S. 334–348, hier S. 334.

15 Vgl. etwa Christof Jeggle, »Die Konstituierung von Märkten. Soziale Interaktion, wirtschaftliche Koordination und materielle Kultur auf vorindustriellen Märkten«, in: *Annales Mercaturae* 2 (2016), S. 7–32.

16 David Graeber, *Die falsche Münze unserer Träume. Wert, Tausch und menschliches Handeln*, Zürich 2012, S. 29.

17 Vgl. grundlegend die Darstellung der Debatte in Richard R. Wilk/Lisa Cliggett, *Economies and cultures: foundations of economic anthropology*, 2. Aufl., Boulder 2007, S. 3–14.

18 Gertrud Seiser, »Eine knappe Theoriegeschichte der Ökonomischen Anthropologie«, in: dies. (Hg.), *Ökonomische Anthropologie. Einführung und Fallbeispiele*, Wien 2017, S. 23–53, hier S. 29. Der Vorwurf des ›Schmetterlingssammelns‹ geht zurück auf Edmund R. Leach, *Rethinking anthropology*, Nachdruck, London 1971, S. 2–6.

19 Wilk/Cliggett, *Economies and cultures*, S. 6 (wie Anm. 17).

20 Caroline Arni, »Nach der Kultur. Anthropologische Potentiale für eine rekursive Geschichtsschreibung«, in: *Historische Anthropologie* 26.2 (2018), S. 200–223, hier S. 203, mit Verweis auf Jakob Tanner, *Historische Anthropologie zur Einführung*, Hamburg 2004, S. 164–189.

21 So auch die Forderung von Josef Ehmer/Reinhold Reith, »Märkte im vorindustriellen Europa«, in: *Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte* 45.2 (2004), S. 9–24, hier S. 15 f., übrigens im unmittelbaren Anschluss an eine Rekapitulation der Formalismus-Substantivismus-Debatte.

22 Christof Dejung/Monika Dommann/Daniel Speich Chassé, »Einleitung. Vom Suchen und Finden«, in: dies. (Hg.), *Auf der Suche nach der Ökonomie. Historische Annäherungen*, Tübingen 2014, S. 1–15, hier S. 11.

23 Zudem bringt das Netzwerk Forscher:innen aus der eher kulturwissenschaftlich geprägten Frühneuzeitforschung mit solchen zusammen, die sich disziplinär stärker in der Wirtschaftsgeschichte verorten, und schließt damit an ein Anliegen an, das auch schon von Hartmut Berghoff/Jakob Vogel, »Wirtschaftsgeschichte als Kulturgeschichte. Ansätze zur Bergung transdisziplinärer Synergiepotentiale«, in: dies. (Hg.), *Wirtschaftsgeschichte als Kulturgeschichte. Dimensionen eines Perspektivenwechsels*, Frankfurt am Main/New York, NY 2004, S. 9–41, verfolgt wurde.

24 Wilhelm Weischedel, *Die Frage nach Gott im skeptischen Denken*, hg. von Wolfgang Müller-Lauter, Berlin/New York, NY 1976, S. 18 f.

25 Adam Smith, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Bd. 1, hg. von R. H. Campbell, A. S. Skinner und W. B. Todd, Oxford 1976, S. 25 (Buch I, Kap. 2.), vgl. auch S. 27.

26 Karl Polanyi, *The Great Transformation. Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen*, 12. Aufl., Berlin 2015 [zuerst engl. 1944], S. 80.

27 Carlo Ginzburg, »Geschichte und Geschichten. Über Archive, Marlene Dietrich und die Lust an der Geschichte. Carlo Ginzburg im Gespräch mit Adiana Sofri«, in: ders., *Spurensicherungen. Über verborgene Geschichte, Kunst und soziales Gedächtnis*, Berlin 1983, S. 7–24, hier S. 22 f. Vgl. dazu auch Hans Medick, »›Missionare im Ruderboot‹? Ethnologische Erkenntnisweisen als Herausforderung an die Sozialgeschichte«, in: *Geschichte und Gesellschaft* 10 (1984), S. 295–319, hier S. 300–305, mit direktem Bezug auf das Ginzburg-Zitat.

28 Edmund Husserl, *Die Krisis der europäischen Wissenschaften und die transzendentale Phänomenologie. Eine Einleitung in die phänomenologische Philosophie*, hg. von Walter Biemel, Haag 1954, S. 183 f.

29 Clifford Geertz, »Dichte Beschreibung. Bemerkungen zu einer deutenden Theorie von Kultur«, in: ders., *Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*, Frankfurt am Main 1987, S. 7–43, hier S. 9.

30 Peter Burke, »Historiker, Anthropologen und Symbole«, in: Rebekka Habermas/Nils Minkmar (Hg.), *Das Schwein des Häuptlings. Sechs Aufsätze zur Historischen Anthropologie*, Berlin 1992, S. 21–41, hier S. 23.

31 Stefan Hirschauer, »Die Empiriegeladenheit von Theorien und der Erfindungsreichtum der Praxis«, in: Herbert Kalthoff/Stefan Hirschauer/Gesa Lindemann (Hg.), *Theoretische Empirie. Zur Relevanz qualitativer Forschung*, Frankfurt am Main 2008, S. 165–187, hier S. 171.

32 Ebd.

33 Norbert Elias, *Was ist Soziologie*, 12. Aufl., Weinheim/Basel 2014, S. 135.

34 An die ebenso paradox klingende ›Praxistheorie‹ hat man sich schließlich auch gewöhnt; vgl. auch Tim Neu, »ANT als geschichtswissenschaftlicher Ansatz, oder: Kurzreiseführer für eine flache Wirklichkeit voller Assoziationen, Handlungsträger und Textlabore«, in: Marian Füssel/Tim Neu (Hg.), *Akteur-Netzwerk-Theorie und Geschichtswissenschaft*, Paderborn 2021, S. 27–72, der für die Akteur-Netzwerk-Theorie zeigt, dass alle Phänomene »als einheitliche Phänomene mit bestimmten Eigenschaften überhaupt erst in Prozessen der Assoziation heterogener Elemente« (S. 35 f.) entstehen. Ähnliches gilt auch für andere Ansätze der praxeologischen Theoriefamilie; vgl. etwa Marian Füssel, »Praktiken historisieren. Geschichtswissenschaft und Praxistheorie im Dialog«, in: Franka Schäfer/Anna Daniel/Frank Hillebrandt (Hg.), *Methoden einer Soziologie der Praxis*, Bielefeld 2015, S. 267–287, hier S. 274.

35 Vgl. das Kapitel »Performative Turn« in: Doris Bachmann-Medick, *Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften*, 6. Aufl., Reinbek bei Hamburg 2018, S. 104–143.

36 Peter Burke, *Was ist Kulturgeschichte?*, Bonn 2005, S. 86.

37 Für ähnlich gelagerte Ansätze vgl. Craig Muldrew, »Zur Anthropologie des Kapitalismus. Kredit, Vertrauen, Tausch und die Geschichte des Marktes in England 1500–1750«, in: *Historische Anthropologie* 6 (1998), S. 167–199; Michaela Fenske, *Marktkultur in der Frühen Neuzeit. Wirtschaft, Macht und Unterhaltung auf einem städtischen Jahr- und Viehmarkt*, Köln/Weimar/Wien 2006; Fontaine, »Bemerkungen zum Kaufen als soziale Praxis« (wie Anm. 14).

38 Bruno Latour, *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie*, Frankfurt am Main 2007, S. 258.

39 Reinhart Koselleck, »Darstellung, Ereignis und Struktur«, in: ders., *Vergangene Zukunft. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten*, 4. Aufl., Frankfurt am Main 2000, S. 144–157, hier S. 144.

40 Ebd., S. 145.

41 Vgl. Siegfried Kracauer, *Geschichte – Vor den letzten Dingen*, Frankfurt am Main 1973, S. 145–161, der dieses Problem auf die »nicht-homogene Struktur des historischen Universums« (S. 158) zurückführt, die den »Verkehr zwischen der Mikro- und Makro-Dimension einschneidenden Restriktionen« (S. 150) unterwirft.

42 Vgl. mit weiterführender Literatur May Mergenthaler, »Fragment«, in: Johannes Endres (Hg.), *Friedrich Schlegel-Handbuch. Leben – Werk – Wirkung*, Stuttgart 2017, S. 306–309.

43 *Kritische Friedrich-Schlegel-Ausgabe*, Abt. 1, Bd. 2: Kritische Neuausgabe, Charakteristiken und Kritiken 1 (1796–1801), hg. von Hans Eichner, Paderborn/München/Wien 1967, S. 197 (Fragment 206).

44 *Kritische Friedrich-Schlegel-Ausgabe*, Abt. 3, Bd. 24: Briefe von und an Friedrich und Dorothea Schlegel. Die Periode des Athenäums: 25. Juli 1797–Ende August 1799, hg. von Raymond Immerwahr, Paderborn/München/Wien 1986, S. 88.

45 Eine »alphabetische […] Logik« wird auch vertreten von Dejung/Dommann/Speich Chassé, »Einleitung. Vom Suchen und Finden« (wie Anm. 22), S. 6.
46 *Kritische Friedrich-Schlegel-Ausgabe*, Abt. 3, Bd. 24 (wie Anm. 44), S. 111.
47 Kracauer, *Geschichte* (wie Anm. 41), S. 158.

Bewerben

1 Vgl. Holger Böning, »Die preußischen Intelligenzblätter«, in: Bernd Sösemann (Hg.), *Kommunikation und Medien in Preußen vom 16. bis zum 19. Jahrhundert*, Stuttgart 2002, S. 207–238.
2 Bezogen auf den ersten Jahrgang der *Berlinischen Frag- und Anzeigungs-Nachrichten* (im Folgenden: BFN), Nr. 1–8, wie in Landesarchiv NRW, Abteilung Rheinland, Duisburg, Kleve, Landstände (AA0036), Nr. 678 erhalten.
3 Niklas Luhmann, *Die Realität der Massenmedien*, 5. Aufl., Wiesbaden 2017, S. 62: »Schon daß man überhaupt die Frage stellt, ob oder ob nicht (eine neue Küche angeschafft werden sollte), ist ein Erfolg der Werbung; denn wahrscheinlicher ist ja zunächst, daß der Geist sich nicht mit seiner Küche, sondern mit etwas anderem beschäftigt«.
4 BFN, Nr. 8, 24.03.1727. – Zu der 1723 gegründeten Glas-Manufaktur in Königssteele an der Ruhr (früher Niederamt Bochum, heute zu Essen gehörend) vgl. Bruno Kuske, »Die wirtschaftliche und soziale Verflechtung zwischen Deutschland und den Niederlanden bis zum 18. Jahrhundert«, in: *Deutsches Archiv für Landes- und Volksforschung* 1 (1937), S. 669–714, hier S. 693; für einen zeitgenössischen Bericht über europäische Glasmanufakturen mit ähnlichen Werturteilen siehe auch »Glas«, in: Johann Georg Krünitz, *Oeconomische Encyclopädie*, Bd. 18, Berlin 1788, S. 580–678, hier S. 598–601.
5 Vgl. Martin Bühler/Tobias Werron, »Zur sozialen Konstruktion globaler Märkte. Ein kommunikationstheoretisches Modell«, in: Andreas Langenohl/Dietmar J. Wetzel (Hg.), *Finanzmarktpublika, Moralität, Krisen und Teilhabe in der ökonomischen Moderne*, Wiesbaden 2014, S. 271–299; Christina Brauner, »Recommendation und Reklame. Niederrheinische Brandspritzenmacher und Praktiken der Werbung in der Frühen Neuzeit«, in: *Zeitschrift für historische Forschung* 46.1 (2019), S. 1–45; dies./Alexander Engel, »Konkurrenz und ihre Grenzen. Debatten – Konzepte – Frageperspektiven«, in: Franziska Neumann/Jorun Poettering/Hillard von Thiessen (Hg.), *Konkurrenzen in der Frühen Neuzeit. Aufeinandertreffen – Übereinstimmung – Rivalität*, Köln [im Erscheinen].
6 Genau bei solchen triadischen Konstellationen setzen neuere soziologische Marktdefinitionen an; vgl. etwa Patrik Aspers/Jens Beckert, »Märkte«, in: Andrea Maurer (Hg.), *Handbuch der Wirtschaftssoziologie*, Wiesbaden 2017, S. 215–240, hier S. 216 f., und Bühler/Werron, *Konstruktion* (wie Anm. 5), S. 277 ff.
7 BFN, Nr. 1, 03.02.1727.
8 Listen sind jüngst in einer Reihe von kulturwissenschaftlichen Disziplinen als aufschlussreicher Untersuchungsgegenstand entdeckt worden; siehe etwa von Eva Contzen, »Theorising lists in literature: towards a listology«, in: Rebecca Lämmle/Cédric Scheidegger Lämmle/Katharina Wesselmann (Hg.), *Lists and catalogues in ancient literature and beyond: towards a poetics of enumeration*, Berlin 2021, S. 35–54. Sie betont die spezifische rezeptionsästhetische Konfiguration von Listen, die in besonderem Maße eine aktive Ordnungs- und Sinnstiftungsleistung von Leser:innen fordern. Vgl. zu Listen als Werbemittel auch Christina

Brauner, »Der Ruf der Liste. Gesundbrunnen und ihre Gäste zwischen Verwaltungspraxis und Werbekommunikation«, in: Elizabeth Harding/Joëlle Weiß (Hg.), *Objekt:Listen. Medialität von Dingverzeichnissen in der Frühen Neuzeit*, Köln u.a. [in Vorbereitung].

9 Siehe etwa Jon Stobart, »Selling (through) politeness: advertising provincial shops in eighteenth-century England«, in: *Cultural and Social History* 5 (2008), S. 309–328, hier S. 311 f.; Maxine Berg/Helen Clifford, »Selling consumption in the eighteenth century«, in: *Cultural and Social History* 4 (2007), S. 145–170, hier S. 159. Sylvia Bendel, *Werbeanzeigen von 1622–1798. Entstehung und Entwicklung einer Textsorte*, Tübingen 1998, S. 84 f., identifiziert die Betonung von »Vielfalt« als typische Werbestrategie des 18. Jahrhunderts; die im Anhang dieser Monografie reproduzierten Anzeigen werden im Weiteren zitiert als »Bendel, Nr. xx«.

10 Vgl. zum Beispiel Thomas Eser, »Que dizen de Nirumberga. Wahrnehmung und Wertschätzung des Produktionsortes Nürnberg«, in: *Anzeiger des Germanischen Nationalmuseums* (2002), S. 29–48, bes. 32 ff. und 38 ff., und Bert de Munck, »The agency of branding and the location of value: hallmarks and monograms in early modern tableware industries«, in: *Business History* 54 (2012), S. 1055–1076.

11 Dazu auch Matthias Albert u.a., *Vergleichen unter den Bedingungen von Konflikt und Konkurrenz*, Working Paper des SFB 1288, Bd. 1, Bielefeld 2019.

12 Eine einflussreiche Darstellung etwa bei Olfert Dapper, *Naukeurige Beschrijvinge der Afrikaensche Gewesten*, Amsterdam 1668, S. 666–697, der eine monarchische Regierungsweise postuliert und zugleich die Gesetzes- und Religionslosigkeit der »Hottentotten« beklagt; auf S. 686 auch ein Hinweis auf Felle als Distinktionssymbol der Eliten. Vgl. dazu unter anderem Aymard-Fauvelle/François-Xaver, *L'Invention du Hottentot: histoire du regard occidental sur les Khoisan, XVe–XIXe siècle*, Paris 2002; Siegfried Huigen, *Knowledge and colonialism: eighteenth-century travellers in South Africa*, Leiden u.a. 2009.

13 BFN, Nr. 3, 17.02.1727.

14 David L. Paisey, *Deutsche Buchdrucker, Buchhändler und Verleger*, 1701–1750, Wiesbaden 1988, S. 108; J.M. Lappenberg, *Zur Geschichte der Buchdruckerkunst in Hamburg*, Hamburg 1840, S. LXIII.

15 Hamburger Zeitungen fanden bereits im 17. Jahrhundert auch eine weit über Hamburg hinausgehende Leserschaft; vgl. dazu Holger Böning, *Welteroberung durch ein neues Publikum. Die deutsche Presse und der Weg zur Aufklärung. Hamburg und Altona als Beispiel*, Bremen 2002, S. 112–131. Für den *Correspondenten* gibt Böning eine Auflage von ca. 1.650 Exemplaren im Jahr 1730 an, für den *Reichs-Post-Reiter* eine Auflagenhöhe von 2.000 im Jahr 1737 (ebd., S. 130). Zu den Anzeigen im *Correspondenten* und ihrer Entwicklung siehe auch Holger Böning/Emmy Moepps, *Deutsche Presse. Biobibliographische Handbücher zur Geschichte der deutschsprachigen periodischen Presse von den Anfängen bis 1815*, Bd. 1: *Hamburg*, Teil 1: *Von den Anfängen bis 1765*, Stuttgart-Bad Cannstatt 1996, Sp. 215–217, eine Kritik zum Verfall des Anzeigenwesens um 1800 wird hier in der Sp. 218 f. zitiert.

16 Bendel, Nr. 496 (wie Anm. 9); auch an weiteren Lotterieanzeigen war Heuß beteiligt, zum Teil zusammen mit weiteren Kollekteuren: *Hollsteinischer Correspondent*, Nr. 24, 10.09.1712 (Bendel, Nr. 523); *Nordischer Mercurius*, Nr. 68, 23.08.1712 (Nr. 531); *Relation aus dem Parnasso*, Nr. 68, 23.08.1712 (Nr. 536), *Nordischer Mercurius*, Nr. 7, 24.01.1713 (Nr. 539: Orgelbau-Lotterie). Weiterhin agierte er als Kollekteur für Pränumerationsunternehmen: so zum Beispiel *Nordischer Mercurius*, Nr. 60, 26.07.1715 und Nr. 95, 27.11.1716 (Nr. 559 und 573). Für das Jahr 1721 findet sich in Bendels Sample die erste Anzeige, in der Heuß als Kommissionär für Arzneimittel agierte, die auch mit dem Begriff »Avertissement« operiert: *Hollsteinischer Correspondent* Nr. 4, 09.05.1721 (Nr. 601); ähnlich *Hollsteinischer Correspondent*, Nr. 40, 01.03.1722 (Nr. 611) und *Hollsteinischer Correspondent*, Nr. 19, 02.02.1725 (Nr. 645, nun wieder für eine Lotterie); *Hollsteinischer*

Correspondent, Nr. 67, 27.04.1725 (»Kinder-Pulver«). 1729 starb Heuß, im Dezember 1730 trat »Peter Heußen Wittwe« als Kollekteurin für Pränumeration auf; siehe *Relation aus dem Parnasso*, Nr. 97, 05.12.1730 (Bendel, Nr. 721).

17 Siehe die »Notificatio« in der *Stats- und Gelehrten Zeitung des Hamburgischen Unpartheyischen Correspondenten* (im Folgenden: HUC) 1727, Nr. 65, 23.04.1727. Möglich wäre, dass eine solche »Notificatio« bereits im Vorjahr erschien; leider ist der Jahrgang 1726 in den umfassenden, vollständig digitalisierten Beständen der *Deutschen Presseforschung* in Bremen nicht zugänglich.

18 Die Tabakanzeige wird wiederholt in BFN, Nr. 4, 24.02.1727, sie erscheint fast im selben Wortlaut im folgenden Jahr auch im *Duisburgischen Intelligentz-Zettel*. Dort werden auch diverse Medikamente beworben, die bei Heuß, zum Teil auch weiteren Kommissionären zu haben sind: so Jg. 2, Nr. 1, 27.01.1728 und Jg. 2, Nr. 8, 16.03.1728; in Jg. 2, Nr. 31, 24.08.1728 finden sich Tabak- und Arzneimittelanzeigen von Heuß, letztere für ein »Oleum Talci« und einen »Gesundheits-Thee«; in beiden Fällen tritt neben Heuß in Hamburg Johan Heinecken in Bremen als zweiter Kommissionär auf. Ein solcher Kommissionär im unmittelbaren Einzugsgebiet des *Duisburgischen Intelligentz-Zettel* fehlt, so dass hier offenbar Versandhandel notwendig wurde. Den »Gesundheitsthee« vermarktet auch Heuß' Witwe weiter: siehe *Reichspostreuter*, Nr. 64, 24.04.1731.

19 Zum Druck- und Buchmarkt vgl. unter anderem Marie-Kristin Hauke, *»In allen guten Buchhandlungen ist zu haben …«. Buchwerbung in Deutschland im 17. und 18. Jahrhundert*, Erlangen/Nürnberg 1999, und Arthur Weduwen, »Booksellers, newspaper advertisements and a national market for print in the seventeenth-century Dutch Republic«, in: Shanti Graheli (Hg.), *Buying and selling: the business of books in early modern Europe*, Leiden/Boston, MA 2019, S. 420–447; zu Arzneimitteln: Heinz Zimmermann, *Arzneimittelwerbung in Deutschland vom Beginn des 16. bis Ende des 18. Jahrhunderts. Dargestellt vorzugsweise an Hand von Archivalien der Freien Reichs-, Handels- und Messe-Stadt Frankfurt am Main. Mit einer Einführung in das Wesen der Werbung unter besonderer Berücksichtigung ihrer Frühformen in antiker und mittelalterlicher Heilmittelwirtschaft*, Marburg 1968; zu Lotterien: Stefan Brakensiek, »Unsicherer Ausgang. Die Geschäftsmodelle von Lotterieunternehmen im 18. Jahrhundert«, in: Markus Bernhardt u.a. (Hg.), *Möglichkeitshorizonte. Zur Pluralität von Zukunftserwartungen und Handlungsoptionen in der Geschichte*, Frankfurt am Main 2018, S. 193–222, mit Hinweisen auf Werbung S. 194 f. und 213 ff.

20 So etwa *Hollsteinischer Correspondent*, Nr. 9, 16.01.1725 oder Nr. 67, 27.04.1725. J.F. Volrad Deneke, *Arzt und Medizin in der Tagespublizistik des 17. und 18. Jahrhunderts*, Köln 1969, S. 392 f., verweist ebenfalls auf diesen Verbundcharakter: Anzeigen waren immer nur »Teilstücke in einer vielseitig und bedachtsam geplanten und durchgeführten Werbung«, daneben seien auch u.a. öffentliche oder auf Einladung hin zu beobachtende Operationen oder Proben, Mundpropaganda, gedruckte Handzettel und Werbeprospekte zu berücksichtigen.

21 *Duisburgischer Intelligentz-Zettel*, Jg. 2, Nr. 2, 03.02.1728.

22 Die Bewerbung als Generikum passt ins allgemeine Bild. So hat Deneke für einschlägige deutschsprachige Werbeanzeigen festgestellt, dass die Heilmittelanzeigen im Vergleich zu anderen nicht nur besonders ausführlich und wortreicher seien, sondern zahlreiche Arzneimittel letztlich als Universalmedizin angeboten oder durch überlange Indikationskataloge als Allheilmittel ausgegeben würden. Ungefähr ein Drittel der von ihm untersuchten Anzeigen propagiert Universalmittel: Deneke, *Arzt und Medizin* (wie Anm. 20), S. 351 f. und 363.

23 *Duisburgischer Intelligentz-Zettel*, Jg. 2, Nr. 31, 24.08.1728.

24 Vgl. auch Andreas Reckwitz, *Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*, Frankfurt am Main 2017.

25 Ein solcher Versandhandel war also keineswegs ein »absolutes Novum« um 1800, wie jüngst noch einmal behauptet: Nadine Hecht, *Luxus um 1800. Warenangebot und Konsumenten im Spiegel zeitgenössischer Werbemedien*, Bamberg 2019, S. 1, 10 und 42–45. Für einen ersten Einblick vgl. etwa das einschlägige Material bei Theodore Crom, *Trade catalogues, 1542–1842*, Melrose, FL 1989.

26 *Umständlicher Bericht Was vor Nutzen Von dem* […] *Gemein-nützlichen Intelligentz-Werck, Oder sogenannten Wöchentlichen Berliner Frag- und Anzeigungs-Nachrichten*, Berlin 1728, S. 4 f.

27 Ebd., S. 1 und 8.

28 Konkret genannt werden das Austeilen von Zetteln, das ambulante Anbieten von Waren (»Waaren von Hauß zu Hauß zum Kauff anzutragen«), die Korrespondenz, die Beauftragung von Agenten oder das persönliche Anbieten auf Messen oder Jahrmärkten; ebd., S. 5. Siehe auch Johann Peter Ludewig, »Vorläuffiger Unterricht von denen Wöchentlichen Anzeigen«, in: ders., *Gelehrte Anzeigen in alle Wissenschaften*, Bd. 1, Halle (Saale) 1743, S. 1–25, hier S. 10 f. zur Gegenüberstellung von Anzeigen und Ausrufern.

29 Dies wäre Stoff für eine noch zu schreibende Verflechtungsgeschichte. Zu den deutschsprachigen Zeitungen in Nordamerika vgl. einstweilen Gregg Roeber, »German and Dutch books and printing«, in: Hugh Amory u.a. (Hg.), *A history of the book in America*, Bd. 1: *The colonial book in the Atlantic World*, Chapel Hill, NC 2007, S. 298–313, hier S. 306 f., auch mit einem Hinweis auf den Versand von Zeitungen aus dem Alten Reich nach Nordamerika, vermittelt über die Hallische Mission (S. 305 f.). Zur Anzeigenwerbung in den nordamerikanischen Kolonien vgl. Emma Hart, »A British Atlantic world of advertising? Colonial American ›for sale‹ notices in comparative context«, in: *American Periodicals: A Journal of History & Criticism* 24.2 (2014), S. 110–127.

30 Justus Möser, »Etwas zur Verbesserung der Intelligenzblätter«, in: ders., *Patriotische Phantasien*, Bd. 1, Berlin 1775, S. 179–181; zuerst in: *Nützliche Beylagen zum Osnabrückischen Intelligenz-Blate*, 41. Stück, 08.10.1768, Sp. 329–332. Das Osnabrücker Intelligenzblatt hat jedoch keine visuellen Elemente aufgenommen.

31 *Der Wöchentliche Philadelphische Staatsbote*, 29.04.1765, S. 4 (unter anderem werden »zwey oder drey von Rotterdam angelangte Deutsche« am Ende einer langen Liste von zu verkaufenden Waren genannt) und 22.07.1765, S. 3 (»Dienstzeit-Verkaufung«), 23.07.1777 (Dienstzeit); 13.10.1763, S. 4 und 21.06.1774, S. 4 (Sklaven). Vgl. Alexandra Gittermann, »German emigrants as a commodity in the eighteenth-century Atlantic World«, in: Klaus Weber/Jutta Wimmler (Hg.), *Globalized peripheries: Central Europe and the Atlantic World*, 1680–1860, Woodbridge 2020, S. 187–203, bes. S. 190 f.; zu Anzeigen und Verkauf; Marianne S. Wokeck, *Trade in strangers: the beginnings of mass migration to North America*, University Park, PA 1999, bes. S. 156 ff.; John Wareing, *Indentured migration and the servant trade from London to America, 1618–1718*, Oxford 2016.

32 Vgl. etwa die Anzeige im *Amsterdamse Courant*, 02.08.1727: »Uyt de hand te koop een welgelegen Plantagie, volgens de te makene Prisatie, gelegen in Cottica tot Suriname, voorzien met een goet Beestewerk, Moolen en Kookhuys, Woonhuys, Slaven, Paerden &c., groot ruym 2978 Ackers Lande, genoegzaem om veele iaren deze Plantagie aen te houden«. Zur Anzeigenwerbung in den Niederlanden vgl. Arthur Weduwen/Andrew Pettegree, *The Dutch Republic and the birth of modern advertising*, Leiden/Boston, MA 2019.

33 Für weiterhin lesenswerte und wegweisende Überlegungen zum Zusammenhang von Markt und (Zeitungs-)Werbung im deutschsprachigen Kontext vgl. Heidrun Homburg, »Werbung – ›eine Kunst, die gelernt sein will‹. Aufbrüche in eine neue Warenwelt 1750–1850«, in: *Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte* 143 (1997), S. 11–52, und dies., »Warenanzeigen und Kundenwerbung in den ›Leipziger Zeitungen 1750–1800‹«, in: Dietmar Petzina (Hg.), *Zur Geschichte der Ökonomik der Privathaushalte*, Berlin 1991, S. 109–131.

Buchführen

1 In diesem Textabschnitt werden zwei Währungsangaben eingeführt; beide sind Rechenwährungen (die auf eine abstrakte Bewertung verweisen, nicht auf konkrete Geldwerte) und beide funktionieren im dreigliedrigen Libra-Solidus-System: 1 *livres tournois* = 20 *sous* = 240 *deniers* (1 *scudo di marchi* = 20 *soldi* = 240 *denari*); die *livre tournois* ist die im französischen Königreich gebräuchliche Umlaufwährung, Waren oder Leistungen werden in *livres tournois* beziffert; der *scudo di marchi* ist die Rechenwährung der Lyoner Messen, welche die florentinischen Kaufmannbankiers eingeführt haben, und ist an die Mark Gold gebunden (deshalb *di marchi*).

2 Pisa, Scuola Normale Superiore, Archivio Salviati (im Folgenden: SNS, AS), serie I, no. 532, ac 11r.

3 Nadia Matringe, *La Banque en Renaissance. Les Salviati et la place de Lyon au milieu du XVIe siècle*, Rennes 2016; Agnès Pallini-Martin, *Banque, négoce et politique. Les Florentins à Lyon au moment des guerres d'Italie*, Paris 2018; Heinrich Lang, *Wirtschaften als kulturelle Praxis. Die Florentiner Salviati und die Augsburger Welser auf den Märkten in Lyon (1507–1559)*, Stuttgart 2020.

4 Richard Gascon, *Grand commerce et vie urbaine au XVIe siècle. Lyon et ses marchands (environs de 1520 – environs de 1580)*, Paris 1971; Mark Häberlein u.a., »Weltwirtschaftszentren«, in: *Enzyklopädie der Neuzeit Online*, http://dx.doi.org/10.1163/2352-0248_edn_COM_380404, Zugriff: 13.09.2022.

5 Einführend Richard A. Goldthwaite, »Performance of the Florentine economy, 1494–1512: the silk and wool industries«, in: *Archivio Storico Italiano* 178 (2020), S. 311–373, hier S. 320–326.

6 Lang, *Wirtschaften als kulturelle Praxis* (wie Anm. 3), S. 425–477.

7 Valeria Pinchera, »L'Archivio Salviati. La storia degli affari attraverso un Archivio familiare«, in: *Società e storia* 13 (1990), S. 979–986.

8 Peter Miller, »The margins of accounting«, in: Michel Callon (Hg.), *The laws of the markets*, Oxford 1998, S. 174–193.

9 Hier wäre ein besonderer Aspekt dessen, was die Forschung auch als »Accounting mentality« bezeichnet hat: Das Ziel des Kontenausgleichs war der wesentliche Mechanismus der Buchführung. Das Konzept des Gewinns auf ein Konto bestand darin, möglichst weniger Mittel zum Ausgleich einzusetzen als nominell erforderlich: Richard A. Goldthwaite, »The practice and culture of accounting in Renaissance Florence«, in: *Entreprise & Society* 17 (2015), S. 1–37.

10 SNS, AS, ser. I, 537, ac. CXXIII: »Francescho e Stefano Sapta di Carcassona: E addì primo di febrayo lb 70.17.6 tt^{i} facciamo loro buoni per pagare la $^{a}/_{2}$ alla proxima fiera di Pasqua e l'altra $^{a}/_{2}$ alla proxima fiera d'Agosto e sono per la monta di j^{a} pezza di panno carcassone intinta di alle 35.- compera a ß 52 ½ alla al Gior a 11 per conto di robe di più sorte compre per mandare a Baruti poste jn questo a 157 lb 70.17.6 / xxxij. ß xj°. D viiij°«.

11 Das Konto heißt originalsprachlich: »Robe di più sorte compere per mandare a Baruti attenenti 2/5 a Bartolomeo Belzeri e co qui el 0/5 a Amiel Albertas di Marsilia e li 2/5 a noy«.

12 SNS, AS, ser. I, no. 537, ac. 279: »Robe di più sorte e danari contanty per nostro conto mandate a Baruty sopra la nave di Piero Tornierj: [...] in fiera d'Agosto lb 6800.- tt^{i} sono per la a/2 de 4/5 di lb 10583.18.2 tt^{i} che montorno il costo e spese dy più robe et danari cont[anti] Mandaty a Baruty sopra la detta nave e di lb 2926.2.6 tt^{i} che monto costo e spese di 5100 di sole di sichurtà fatta per la parte de Belzerj e nostra divisa a $^{a}/_{2}$ e di lb 89.19.4 tt^{i} per la provisione e consolato delle Robe come per il conto datone a Amiel Albertas per io suo $^{0}/_{5}$ che alli Belzeri di Lione per $^{2}/_{5}$ appare copia a Ric[ordanze] a 209, 210 quale robe e danari cont[anti] si mandorno in accomandita per non divise di Michele Fortia e Ghasparre de Sabatery v.o a ß 43 ½ tt^{i} per posto dette robe in questo a 229«.

13 Dieses Verfahren war bei weitem nicht so einfach, wie die entsprechenden Konten suggerieren. Ein Schreiben an den Korrespondenten in Antwerpen, Giovanbattista Guicciardini, zeigt deutlich, wie schwierig es werden konnte, die nachgefragten speziellen Tuchsorten einzukaufen. Gefragt waren feine (*fini*) und sehr feine (*oltrefini*) Wollstoffe (*panni*) in bestimmten sowie gängigen Farben, deren Herkunftsbezeichnungen wie Carcassonne natürlich auf die jeweiligen Qualitätsmerkmale verwiesen: SNS, AS, ser. I, no. 534bis: Copialettere O«, c. 29v–30r: An Giovanbattista Guicciardini in Antwerpen, 15.03.1539.

14 SNS, AS, ser. I, no. 534bis: »Libro Copialettere O«, c. 35v: An Amiel Albertas in Marseille, 16.05.1539.

15 Dieser Vorgang wird auf dem Konto der »Robe di più sorte e danari contanty per nostro conto mandate a Baruty sopra la nave di Piero Tornierj« vermerkt: »Robe come per il conto datone a Amiel Albertas per io suo $^{0}/_{5}$ che alli Belzeri di Lione per $^{2}/_{5}$ appare copia a Ric[ordanze] a 209, 210.

16 SNS, AS, ser. I, no. 536, ac. 209: »Copia dj j° conto dato a Bartolomeo Belzeri e co di qui e jª copia mandata a Marsilia a Amiel Albertas e prima – A presso vi darremo conto del costo e spesse dj più robbe comperate per mandare a Barutty questo presente anno sopra la nave Torniera per conto vn quinto d'Amiel Albertas di Marsilia dua quinty Bartolomeo Belzerj e co dj Lione e 2 quintj per nostro conto e sono detto costo e spesse sino cariche dette robe j'nave al porto di Marsilia + jn fiera d'Apparizione 1538 /- Da Francesco e Stefano Sapta dj Carcasona per pag[a]re la $^{a}/_{2}$ a Pasqua prox[im]ª e l'altra $^{a}/_{2}$ a Agosto senza sens[eri]ª – / n. 90 vna pezza dj carcasona jntinta dj alle 35 per lb 2 d 6 tt^{i} alla monta – lb 70.17.6«.

17 Heinrich Lang, *Internationale Kapital- und Warenmärkte, transalpiner Handel und Herrscherfinanzen. Die Kooperation zwischen den Handelsgesellschaften der Welser und den Florentiner Kaufmannbankiers der Salviati-Gruppe*, Stuttgart 2021, S. 696: »Robe venute di Baruti«.

18 SNS, AS, ser. I, no. 537: »Libro debitori e creditori O«, ac CCLXXVIIII.

19 SNS, AS, ser. I, no. 545: Lyon »Copialettere Q«, c. 167r: Marsilia Amiel Albertas e Giuseppe della Seta in Marseille, 05.10.1542.

20 SNS, AS, ser. I, no. 545: Lyon »Copialettere Q«, c. 176r: Amiel Albertas e Giuseppe della Seta, in Marsilia, 31.10.1542: »Per la presente sarà solo per mandarmj il conto della fine eseguito delle robe che ci avete mandate jn più volte che aver receute per il ritratto di robe che si mandorno già a Baruti sopra la nave Terner vostro conto $^{1}/_{5}$ il resto per il Belzerj di qui e per noj e come per esso conto vedrete tutto il ritratto netto monta lb 16865.2.1 tt^{i} che per il decto vostro $^{1}/_{5}$ tt° abbatutto vi abbiamo dato cr[edit]o jn vostro conto de' tempi e nel grado che sono e per quando riscossj saranno di lb 3299.8.5 tt^{i} vicitatelo e aconciatelo come noj stando giusto e avisate il seguito aremo aspettato a darvj il conto quando tutto fussj istato finito ma perché siamo a rendjmento de' librj ci torna cosj a proposito faremo opera di dare fine al resto quanto prima ne sarà possibile«.

21 SNS, AS, ser. I, no. 537: »Libro debitori e creditori O«, ac. 322.

22 Lang, *Wirtschaften als kulturelle Praxis* (wie Anm. 3).

Form finden

1 British Library, India Office Records (im Folgenden: IOR), G/40/12, East India Company London an Faktorei in Surat, 27.11.1643.

2 IOR, G/40/12, East India Company London an Faktorei in Surat, 29.03.1644.
3 New York State Library, »Official Inventory of Pieter Pietersz Wijncoop's pelts – account of beavers received by de Hooges, 1646«.
4 *Magazin der Handels- und Gewerbskunde* 1.2 (1803), S. 353.
5 Matthias Lemmens, *Dictionnaire de commerce, de marine et de droit, françois-allemand*, Hamburg 1811, S. 716.
6 *Handlungszeitung oder wöchentliche Nachrichten von Handel, Manufakturwesen, Künsten und neuen Erfindungen*, 8. Stück, 23.02.1793, S. 61.
7 *Verneuertes Zollmandat und Vectigal für Böheimb*, Wien 1737, S. 107.
8 Johann Philipp Killburger, »Kurzer Unterricht von dem russischen Handel, wie selbiger mit aus- und eingehenden Waaren 1674 durch ganz Russland getrieben worden«, in: *Magazin für die neue Historie und Geographie* 3 (1769), S. 245–386.
9 Benedikt Kopezky, *Naturgeschichte der Thiere in ihrer Anwendung auf Handel und Gewerbe mit vorzüglicher Berücksichtigung der europäischen Säugethiere*, Wien 1851, S. 189.
10 IOR, G/40/12, East India Company London an Faktorei in Surat, 29.03.1644.
11 Veronika Hyden-Hanscho, »Invisible globalization: French hats in Habsburg Vienna, 1650–1750, in: *Journal for European Economic History* 3 (2016), S. 11–54.
12 IOR, G/40/12, East India Company London an Fatorei in Surat, 27.11.1643.
13 Das Mischen von Weinen, auch mit Wasser, Zucker etc., war nicht ungewöhnlich in der Kolonie. Siehe Jaap Jacob, *New Netherland: a Dutch colony in seventeenth century America*, Leiden 2005, S. 251.
14 Alexander Engel, *Farben der Globalisierung. Die Entstehung moderner Märkte für Farbstoffe 1500–1900*, Frankfurt am Main 2009, S. 111.
15 Diese Beobachtung haben etwa Anna Reimann für das *Basler Avisblatt* und Ricardo E. Rossi für italienische Dokumente des 18. Jahrhunderts gemacht: Workshop »Languages of Consumption«, Basel, 05./06.05.2022.
16 Christof Jeggle, »Labelling with numbers? Weavers, merchants and the valuation of linen in seventeenth-century Münster«, in: Bert De Munck/Lyna Dries (Hg.), *Concepts of value in European material culture, 1500–1900*, Farnham 2015, S. 33–55.

Gewinne begrenzen

1 Neville Williams, »Sessions of the clerk of the market of the household in Middlesex«, in: *Transactions of the London and Middlesex Archaeological Society* 19.2 (1957), S. 76–89, hier S. 85: »Gore Hundred: Estreats of fines made before John Powell in the market sessions held at Edgeware, 9 September 1581. Of William Heydon of Ilstrey, baker, for breaking the assize of bread, his penny white loaves being 5 ounces light, his penny black 4 ounces and his fourpenny brown bread 43 ounces, 10s.; William Gosley of Kingesburie, baker, for not appearing with his bread when summoned for weighing before the clerk, 3s. 4d., and also for baking spiced cakes, 12d.«.
2 Vgl. Peter Kramper, *The Battle of the Standards. Messen, Zählen und Wiegen in Westeuropa 1660–1914*, Berlin/Boston, MA, 2019, S. 67–71; vgl. auch allgemein Martin Schennach, »Preistaxen«, in: *Enzyklopädie der Neuzeit Online*, http://dx.doi.org/10.1163/2352-0248_edn_COM_330648, Zugriff: 13.09.2022.
3 John Powell, *The Assise of Bread, newly corrected and enlarged, according to the raising & falling of price of wheate in the market*, London 1592.

4 John Powell, *The Assise of Bread, newly corrected and enlarged, from twelve pence the quarter of wheate, unto three pound and sixe pence the quarter, according to the rising and falling of the price thereof in the market*, London 1595, S. A3; vgl. auch James Davis, »Baking for the common good. A reassessment of the Assize of Bread in medieval England«, in: *Economic History Review* 57.3 (2004), S. 465–502, hier S. 493, der die Überarbeitung für 1601 ansetzt.
5 Powell, *The Assise of Bread*, 1595 (wie Anm. 4), S. A3 f.
6 Ebd., unpag. [S. A4r].
7 Ebd., vgl. die Angaben in Sidney Webb/Beatrice Webb, »The Assize of Bread«, in: *Economic Journal* 14.54 (1904), S. 196–218, hier S. 197.
8 Powell, *The Assise of Bread*, 1595 (wie Anm. 4), unpag. [S. A4v].
9 Ebd., S. B[1r].
10 Vgl. Andrea Iseli, *Gute Policey. Öffentliche Ordnung in der frühen Neuzeit*, Stuttgart 2009, S. 63–65.
11 Vgl. allgemein Jaap Jacobs, *The colony of New Netherland: a Dutch settlement in seventeenth-century America*, Ithaca, NY 2007; und zur Marktkultur in Neu-Amsterdam Eva Brugger, »The ›destroyers of trade‹, ›our good and dear Inhabitants‹, and ›all persons of what quality or nation however they may be‹: early modern colonial market culture«, in: Tanja Skambraks/Julia Bruch/Ulla Kypta (Hg.), *Markets and their actors in the Late Middle Ages*, Berlin/Boston, MA 2021, S. 101–120.
12 »Ordinance. Fixing the rate at which goods are to be sold in New Amsterdam. November 19 1653«, in: New York State Archives (im Folgenden: NYSA), New Netherland, Council, Dutch colonial ordinances, 1647–1658, Series A1875, Bd. 16, »groote en excessive dierte«; vgl. auch die englische Übersetzung: »[Ordinance fixing the prices of imported goods], 1653 Nov. 19, Fort Amsterdam«, in: Charles T. Gehring (Hg.), *Laws and writs of appeal, 1647–1663*, Syracuse 1991, S. 35 f., hier S. 35: »great and excessive expense«.
13 Ebd.
14 »Remonstrance. Merchants of New Amsterdam (with their names) against the ordinance of the 19th instant, and demanding that the same be suspended. November 22 1653«, in: NYSA, New Netherland, Council, Dutch colonial Council minutes, 1638–1665, Series A1809, Bd. 5; vgl. auch die englische Übersetzung in: Charles T. Gehring (Hg.), *New York historical manuscripts: Dutch*, Bd. 5: *council minutes, 1652–1654*, Baltimore 1983, S. 81–83.
15 »Amsterdam. Letter. Directors to Stuyvesant; […] March 12 1654«, in: NYSA, New York (Colony), Council, Dutch colonial administrative correspondence, 1646–1664, Series A1810–78, Bd. 12.
16 Mark Häberlein, »Westindische Kompanien«, in: *Enzyklopädie der Neuzeit Online*, http://dx.doi.org/10.1163/2352-0248_edn_COM_381183, Zugriff: 13.09.2022.
17 Direktoren an Stuyvesant (wie Anm. 15): »hoogsten schadelick voor dien Stat«.
18 Ebd.: »de Insichte van winsten de grootste prickel«.
19 Ebd.: »liber ende vrij moet sijn«.
20 Zum Unabhängigkeitskrieg allgemein vgl. Robert Middlekauff, *The glorious cause: the American Revolution 1763–1789*, überarb. und erw. Aufl., New York, NY 2005; und zur Bedeutung von New York George C. Daughan, *Revolution on the Hudson: New York City and the Hudson River Valley in the American War of Independence*, New York, NY/London 2016.
21 Vgl. Tim Neu, »Military money men: the toils of entanglement and the business model of Harley & Drummond, Remittance Contractors«, in: André Holenstein/Philippe Rogger Officers (Hg.), *Entrepreneurs, career migrants and diplomats: military entrepreneurs in the early modern era*, [voraussichtlich Leiden/Boston, MA 2023]; und ders., »Glocal Credit. Die britische Finanzlogistik als fraktales Phänomen am Beispiel des Siebenjährigen Krieges«, in: Marian Füssel (Hg.), *Der Siebenjährige Krieg 1756–1763. Mikro- und Makroperspektiven*, Berlin/Boston, MA 2021, S. 75–93.

22 Vgl. Markus A. Denzel, *Das System des bargeldlosen Zahlungsverkehrs europäischer Prägung vom Mittelalter bis 1914*, Stuttgart 2008, S. 47–70.
23 The NatWest Group Archives DR/464/1/25, Correspondence from Messrs Gordon, Biddulph & Gordon in New York, 25 January 1782 – 21 December 1782, Bericht an Commander in Chief, unterzeichnet von William Smith, Brook Watson, William Deane Poyntz, Duncan Drummond, M. Morgan, New York, 30. Dezember 1782, unpag. [S. 3]. Bis 2020 führte die Institution den Namen *Royal Bank of Scotland Group Archives*.
24 Ebd.
25 Ebd., [S. 7].
26 Ebd., [S. 7]f.
27 Adam Smith, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Bd. 1, hg. von R. H. Campbell, A. S. Skinner und W. B. Todd, Oxford 1976, S. 461 (Buch IV, Kap. 2); vgl. auch, auf S. 462 direkt folgend: »Country gentlemen and farmers, dispersed in different parts of the country, cannot so easily combine as merchants and manufacturers, who being collected into towns, and accustomed to that exclusive corporation spirit which prevails in them, naturally endeavour to obtain against all their countrymen, the same exclusive privilege which they generally possess against the inhabitants of their respective towns«.
28 Vgl. dazu klassisch Fernand Braudel, *Die Dynamik des Kapitalismus*, Stuttgart 1986, S. 48–59.

Kaufen

1 Johann Georg Estor, *Der Teutschen rechtsgelahrtheit*, Bd. 2, hg. von Johann Andreas Hofmann, Marburg 1758, S. 518.
2 »Gedinge«, in: *Frühneuhochdeutsches Wörterbuch*, Bd. 6: *G – glutzen*, bearb. von Oskar Reichmann und Joachim Schildt, Berlin 2010, S. 372–378, hier S. 373, https://fwb-online.de/lemma/gedinge.s. 2n, Zugriff: 13.09.2022.
3 William Blackstone, *Commentaries on the laws of England. Book the second*, 7. Aufl., Oxford 1775, S. 446.
4 Wilhelm Coxe [d.i. William Coxe], *Briefe über den natürlichen, bürgerlichen und politischen Zustand der Schweitz*, Bd. 2, Zürich 1791, S. 125 f.
5 »Klageschrift der Bäckermeister von Winterthur über Missstände in ihrem Handwerk, ca. 1546 Dezember 20«, in: *Sammlung Schweizerischer Rechtsquellen, I. Abteilung: Die Rechtsquellen des Kantons Zürich. Neue Folge, Erster Teil: Die Stadtrechte von Zürich und Winterthur, Zweite Reihe: Die Rechtsquellen der Stadt Winterthur, Band 1: Die Rechtsquellen der Stadt Winterthur I*, bearb. von Bettina Fürderer (im Folgenden: SSRQ ZH NF I/2/1), Nr. 293, S. 590–594, https://editio.ssrq-online.ch/ZH/NF_I_2_1/293–1.html, Zugriff: 13.09.2022.
6 Vgl. Laurence Fontaine, »Bemerkungen zum Kaufen als soziale Praxis. Feilschen, Preise festlegen und Güter ersteigern im frühneuzeitlichen Europa«, in: *Historische Anthropologie* 14.3 (2006), S. 334–348, hier S. 335, mit starker Anlehnung an Clifford Geertz; vgl. ders., »The Bazaar economy: information and search in peasant marketing«, in: *American Economic Review* 68.2 (1978), S. 28–32; vgl. auch Bruno Blondé u.a. (Hg.), *Buyers and sellers: retail circuits and practices in medieval and early modern Europe*, Turnhout 2006; Michaela Fenske, *Marktkultur in der Frühen Neuzeit. Wirtschaft, Macht und Unterhaltung auf einem städtischen Jahr- und Viehmarkt*, Köln/Weimar/Wien 2006.

7 *Zürcherisches Wochen-Blatt*, Nr. 32, 19.04.1804, https://www.e-newspaperarchives.ch/?a=d&d=ZWB18040419-01, Zugriff: 13.09.2022.

8 »Marktordnung der Stadt Zürich für Bretter, Schindeln, Rebpfähle etc., 1778 August 5«, in: *Sammlung Schweizerischer Rechtsquellen, I. Abteilung: Die Rechtsquellen des Kantons Zürich. Neue Folge, Erster Teil: Die Stadtrechte von Zürich und Winterthur, Erste Reihe: Stadt und Territorialstaat Zürich, Band 11: Gedruckte Mandate für Stadt und/oder Landschaft Zürich*, bearb. von Sandra Reisinger (im Folgenden: SSRQ ZH NF I/1/11), Nr. 80, S. 379–382, https://editio.ssrq-online.ch/ZH/NF_I_1_11/80–1.html, Zugriff: 13.09.2022.

9 Robert Latham/William Matthews (Hg.), *The diary of Samuel Pepys: a new and complete transcription*, Bd. 3, 1662, 4. Aufl., Berkeley/Los Angeles 1979, S. 293 f. (Eintrag zum 26. Dezember 1662).

10 *Lief- Ehst- und Kurländischer Briefsteller für junge Kaufleute, oder Handbuch für solche, die sich der Handlung widmen. Nebst Anzeige von dem besondern Liefländischen und zum Theil auch Russischen Handel, in Rücksicht auf Eingebohrne und Auswärtige*, Riga/Leipzig 1793, S. 95 f.

11 *Züricher Zeitung*, Nr. 36, 06.05.1800, https://www.e-newspaperarchives.ch/?a=d&d=NZZ18000506-01.2.4, Zugriff: 13.09.2022.

12 Vgl. Anne-Marie Dubler/Bernard Degen, »Marktregulierung«, in: *Historisches Lexikon der Schweiz (HLS)*, https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/013732/2009–10-27, Zugriff: 13.09.2022.

13 Vgl. »Ordnung der Stadt Zürich für die Brotschau sowie Ernennung von Beschauern, ca. 1484–1487«, in: *Sammlung Schweizerischer Rechtsquellen, I. Abteilung: Die Rechtsquellen des Kantons Zürich. Neue Folge, Erster Teil: Die Stadtrechte von Zürich und Winterthur, Erste Reihe: Stadt und Territorialstaat Zürich, Band 3: Stadt und Territorialstaat Zürich II (1460 bis Reformation)*, bearb. von Michael Schaffner (im Folgenden: SSRQ ZH NF I/1/3), Nr. 17, https://editio.ssrq-online.ch/ZH/NF_I_1_3/17–1.html; »Ordnung der Stadt Zürich für die städtischen Jahrmärkte zu Pfingsten und zu Felix und Regula (11. September) ca. 1500–1510«, in: ebd., Nr. 69, https://editio.ssrq-online.ch/ZH/NF_I_1_3/69–1.html; »Ordnung der Stadt Zürich für den Fleischverkauf sowie Einsetzung von Fleischschätzern, 1500 April 2–4«, in: ebd., Nr. 71, https://editio.ssrq-online.ch/ZH/NF_I_1_3/71–1.html; »Ordnung der Stadt Zürich für die Fischverkäufer 15, ca. 1516–1518«, in: ebd., Nr. 89, https://editio.ssrq-online.ch/ZH/NF_I_1_3/89–1.html; »Mandat der Stadt Zürich betreffend Massnahmen gegen die Teuerung, 1529 November 11«, in: *SSRQ ZH NF I/1/11*, Nr. 7, https://editio.ssrq-online.ch/ZH/NF_I_1_11/7–1.html; »Fischmarktordnung, 1693 September 30«, in: ebd., Nr. 32, https://editio.ssrq-online.ch/ZH/NF_I_1_11/32–1.html; »Mandat der Stadt Zürich betreffend Verbot des Lebensmittelfürkaufs, 1740 September 21«, in: ebd., Nr. 54, https://editio.ssrq-online.ch/ZH/NF_I_1_11/54–1.html; »Verordnung (Avertissement) der Stadt Zürich betreffend Kaufmenge des Getreides auf dem Kornmarkt, 1770 Oktober 24«, in: ebd., Nr. 68, https://editio.ssrq-online.ch/ZH/NF_I_1_11/68–1.html; »Fischerordnung der Stadt Zürich, 1776«, in: ebd., Nr. 76, https://editio.ssrq-online.ch/ZH/NF_I_1_11/76–1.html; »Marktordnung der Stadt Zürich für Bretter, Schindeln, Rebpfähle etc., 1778 August 5« (wie Anm. 8); »Ordnung der Stadt Zürich betreffend Verkauf und Fürkauf von Obst, Gemüse und diversen weiteren Lebensmitteln, 1789 März 28«, in: ebd., Nr. 93, https://editio.ssrq-online.ch/ZH/NF_I_1_11/93–1.html; Zugriff jeweils am 13.09.2022.

14 »Verordnung (Avertissement) der Stadt Zürich betreffend Kaufmenge des Getreides auf dem Kornmarkt, 1770 Oktober 24« (wie Anm. 13), hier S. 324.

15 »Verordnung der Stadt Zürich betreffend Einfuhr von fremdem Wein, Weinhandel und Verbot des Weinfürkaufs, 1797 September 4«, in: *SSRQ ZH NF I/1/11*, Nr. 102, S. 473–475, https://editio.ssrq-online.ch/ZH/NF_I_1_11/102–1.html, Zugriff: 13.09.2022.

16 »Ordnung der Stadt Zürich betreffend Verkauf und Fürkauf von Obst, Gemüse und diversen weiteren Lebensmitteln, 1789 März 28« (wie Anm. 13), hier S. 439.
17 »Mandat der Stadt Zürich betreffend Massnahmen gegen die Teuerung, 1529 November 11« (wie Anm. 13).
18 Johann Gottfried Schaumburg, *Einleitung zum Sächsischen Rechte, mit Anführung derer neuern zeithero, und bis jetzo erlassenen allerhöchsten und höchsten Mandate, Rescripte und Patente, vermehrt und fortgesetzt durch Rudolph Christian von Benningsen, Zweyter Theil, worinnen besonders die Jura Majestatica des Churfürsten zu Sachsen, in Ansehung seiner Unterthanen, vorgetragen werden*, 3. Aufl., Dresden/Leipzig 1781, S. 645.
19 »Vor- und Aufkäufereyen«, in: Johann Heinrich Ludwig Bergius, *Polizey und Cameralmagazin in welchem nach alphabetischer Ordnung die vornehmsten und wichtigsten bey dem Polizey- und Cameralwesen vorkömmenden Materien nach richtigen und vernünftigen Grundsätzen practisch abgehandelt und durch landesherrliche Gesetze und hin und wieder wirklich gemachte Einrichtungen erläutert werden*, Bd. 9: *U–Z*, neue, verb. Aufl., Wien 1791, S. 70–74, hier S. 72.
20 »Kaufen«, in: Johann Georg Krünitz, *Oekonomisch-technologische Encyklopädie, oder allgemeines System der Stats- Stadt- Haus- und Land-Wirthschaft, und der Kunst-Geschichte, in alphabetischer Ordnung*, Bd. 36: *Kati bis Kep.*, Berlin 1786, S. 663–667, hier S. 666.
21 [Léopold Comte de Curti], *Briefe über die Schweiz. Vom Verfasser der Memoires de la Venise*, Altona 1798, S. 37.
22 John Trusler, *The London adviser and guide: containing every instruction and information useful and necessary to persons living in London and coming to reside there*, 2. Aufl., London 1790, S. 157.
23 Ebd., S. 26.
24 Vgl. Craig Muldrew, »Zur Anthropologie des Kapitalismus. Kredit, Vertrauen, Tausch und die Geschichte des Marktes in England 1500–1750«, in: *Historische Anthropologie* 6 (1998), S. 167–199; Laurence Fontaine, *L'économie morale. Pauvreté, crédit et confiance dans l'Europe préindustrielle*, Paris 2008.
25 Trusler, *The London adviser and guide* (wie Anm. 27), S. 190.
26 Vgl. Mischa Suter, »Jenseits des ›cash nexus‹. Sozialgeschichte des Kredits zwischen kulturanthropologischen und informationsökonomischen Zugängen«, in: *WerkstattGeschichte* 53 (2009), S. 89–99.

Konservieren

1 Die Stadt ist als Handelsplatz vergleichsweise gut erforscht: Gayle Brunelle, *Rouen and the New World: Rouennais investors in commerce with North and South America, 1559–1629*, Diss. Atlanta 1988; und dies., *The New World merchants of Rouen, 1559–1630*, Kirksville 1991; zur Quellengrundlage für Rouen siehe: Laurier Turgeon, »Pour decouvrir notre 16e siècle : les pêches à Terre-Neuve d'après les archives notariales de Bourdeaux«, in: *Revue d'histoire de l'Amérique francaise* 39 (1986), S. 523–549. Nach Mark Kurlansky, *Cod: a biography of the fish that changed the world*, London 1999 sind ähnliche Orte, für die Rouen exemplarisch steht: Bilbao, St. Jean de Luz oder La Rochelle; nach Frederick Quinn, *The French overseas empire*, Westport 2002 auch St. Malo, Dieppe und Honfleur.
2 Kurlansky, *Cod* (wie Anm. 1), S. 27–74.

3 Diese Reichweite des Handels weist Brunelle, *The New World merchants* (wie Anm. 1), genauer nach.

4 Kurlansky, *Cod* (wie Anm. 1), S. 51; Karen Ordahl Kupperman, »A continent revealed: assimilation of the shape and possibilities of North America's East Coast 1524–1610«, in: John Logan Allen (Hg.), *North American exploration*, Lincoln 1997, S. 344–399, hier S. 357 f.; Bruce G. Trigger/William Swagerty, »Entertaining strangers: North America in the sixteenth century«, in: Bruce G. Trigger (Hg.), *The Cambridge history of the native peoples of the Americas*, Teil 1: *North America*, Cambridge 2007, S. 325–398, hier S. 339–342.

5 Quinn, *The French Overseas Empire* (wie Anm. 1), S. 15.

6 Quellennachweis: Anthony M. Parkhurst, »A Letter written to M. Richard Hakluyt 1578«, in: Richard Hakluyt (Hg.), *The principal navigations voyages traffiques & discoveries of the English Nation*, Bd. 9, London 1927, S. 356–363, der für 1578 ca. 350–380 Schiffe (150 Franzosen 100 Spanier, 50 Portugiesen, 40–50 Engländer) angibt.

7 Auf dem Altermarkt fand der Kornmarkt hauptsächlich statt. Da aber die Kornlieferung in die Stadt vor dem Eintreffen auf dem Markt zunächst an den Zugangsstraßen überprüft wurden, entwickelten sich im 18. Jahrhundert sieben weitere Nebenmärkte, vgl. Hans Pohl, »Wirtschaftsgeschichte Kölns im 18. und 19. Jahrhundert«, in: Hermann Kellenbenz (Hg.), *Zwei Jahrtausende Kölner Wirtschaft*, Bd. 2, Köln 1975, S. 9–162, hier S. 73.

8 Sie verfügten über eine ausreichende Infrastruktur und ein Netzwerk, um die benötigten Hunderte von Maltern günstig einzukaufen und in die Stadt zu transportieren. Hans-Jürgen Teuteberg diskutiert die Profession des »Getreidehändlers« eingehender, vgl. ders., »Zum Problemfeld der Urbanisierung und Ernährung im 19. Jahrhundert«, in: ders. (Hg.), *Durchbruch zum modernen Massenkonsum. Lebensmittelmärkte und Lebensmittelqualität im Städtewachstum des Industriezeitalters*, Münster 1987, S. 1–36, hier S. 3.

9 Zur Präsentation von Getreide auf Kornmärkten: Martin Bühler, *Von Netzwerken zu Märkten. Die Entstehung eines globalen Getreidemarktes*, Frankfurt am Main/New York, NY 2020, S. 49.

10 Die Forschung geht von einem systematischen Handel der in der Rheinschiene produzierten Überschüsse spätestens ab dem 14. Jahrhundert aus, mit der Rheinschifffahrt als zentralem Moment. Vgl. Wolfgang Zorn/Wilfried Krings, »Nachtrag zur historischen Wirtschaftskarte um 1820. Die Güterbewegungen in der Rheinprovinz«, in: *Rheinische Vierteljahrsblätter* 35 (1971), S. 274–287, hier S. 281, Abb. 3.

11 So gibt es Belege über die Notwendigkeit der Getreidespeicherung bereits in der Bibel. Im Buch Genesis (47–49) heißt es: »Das Land brachte in den sieben Jahren des Überflusses überreichen Ertrag. Josef ließ während der sieben Jahre, in denen es Überfluß gab, alles Brotgetreide in Ägypten sammeln und in die Städte schaffen. Das Getreide der Felder rings um jede Stadt ließ er dort hineinbringen. So speicherte Josef Getreide in sehr großen Mengen auf, wie Sand am Meer, bis man aufhören musste, es zu messen, weil man es nicht mehr messen konnte«.

12 So weist John Mortimer darauf hin, dass sich primär Scheunen aus Stein, Ziegeln oder Holz als Getreidespeicher anbieten. Wichtig sei dabei, dass die Mauern ausreichend mit Holzbrettern verkleidet und vor Wettereinflüssen sowie Schädlingen geschützt seien. Ferner sollten die Fenster in östliche oder nordöstliche Richtung ausgerichtet sein, da dies das Getreide frisch, kühl und trocken halte. Luftlöcher sollten für den nötigen Luftaustausch sorgen. Vgl. John Mortimer, *Die ganze Wissenschaft des Feld- und Ackerbaus, oder die Art und Weise, das Land zu bestellen und verbessern. So ein vollstendiger Auszug alles dessen, was so wohl von alten als neue Autoribus hievon geschrieben worden: Nebst vielen Anmerkungen neuer Experimente und Verbesserungen, wovon andere noch nichts gemeldet haben. Ingleichen eine Nachricht von den besonderen Arten des Feldbaues, die in verschiedenen Provinzen gebräuchlich sind: mit Vorschlägen, wie solche noch ferner zu verbessern. Deme*

noch ein Kalender vor den Landmann, was er jeden Monat thun soll, beygefüget ist, Braunschweig 1753, S. 133–142, hier S. 136. Zu verschiedenen Arten der Getreidespeicher ist Anton Brandenberger, *Ausbruch aus der »Malthusianischen Falle«. Versorgungslage und Wirtschaftsentwicklung im Staate Bern 1755–1797*, Bern 2004, maßgeblich.

13 Nach Dietrich Ebeling/Franz Irsigler, *Getreideumsatz, Getreide- und Brotpreise in Köln, 1368–1797*, Bd. 2: *Brotgewichte und Brotpreise: Wochen-, Monats- und Jahrestabelle*, Köln 1977, Tab. 8, S. XLV.

14 Mortimer, *Die ganze Wissenschaft des Feld- und Ackerbaus* (wie Anm. 12), S. 133 f.

15 Detaillierte Prinzipien der Marktherrschaft in Städten bei: Michaela Fenske, *Marktkultur in der Frühen Neuzeit. Wirtschaft, Macht und Unterhaltung auf einem städtischen Jahr- und Viehmarkt*, Köln/Weimar/Wien 2006, S. 170–183.

16 Dieter Burgholz, *Markt und Jahrmarkt in Westfalen*, 1988, S. 9. Die Düsseldorfer Marktordnung aus dem Jahr 1546 bei Martin Kauder/Dieter Weber/Friedhelm Weinforth, *Die Rheinische Stadt. Lebensraum im Wandel der Jahrhunderte*, Kleve 1988, S. 93.

17 So der Bericht des Kölner Rats über sein Kontroll- und Taxsystem (1756), zitiert bei Ebeling/Irsigler, *Getreideumsatz* (wie Anm. 13), S. XIII.

18 Vgl. Christian Reinicke, *Agrarkonjunktur und technisch-organisatorische Innovationen auf dem Agrarsektor im Spiegel niederrheinischer Pachtverträge 1200–1600*, Köln 1989, S. 276.

19 Kurlansky, *Cod* (wie Anm. 1), S. 27–74; Brunelle, *Rouen and the New World* (wie Anm. 1), S. 95–103; Gillian T. Cell, *English enterprise in Newfoundland, 1577–1660*, Toronto 1969, S. 2–83.

20 Maßgeblich hierzu die Übersicht bei: Canadian Heritage, Newfoundland and Labrador Heritage Web Site Project, *The international fishery of the 16th century*, https://www.heritage.nf.ca/articles/exploration/16th-century-fishery.php, Zugriff: 13.09.2022; Bernard Allaire, »Les voyages de Jacques Cartier dans le contexte des Navigations Nord-Americaines au XVIe Siècle«, in: Jean-Pierre Poussou (Hg.), *Rivalites Maritimes Européennes (XVIe–XIXe Siecles)*, Paris 2005, S. 93–116, hier S. 94–102; vgl. Brunelle, *Rouen and the New World* (wie Anm. 1), S. 108; Mary C. Fuller, *Remembering the early modern voyage: English narratives in the age of European expansion*, New York, NY 2008, S. 132.

21 Die Ausführungen in dieser Passage beziehen sich maßgeblich auf: Lars Atorf, *Der König und das Korn. Die Getreidehandelspolitik als Fundament des brandenburg-preußischen Aufstiegs zur europäischen Großmacht*, Berlin 1999; Hans-Heinrich Bass, *Hungerkrisen in Preussen während der ersten Hälfte des 19. Jahrhundert*, St. Katharinen 1991; Thomas Rahlf, *Getreide in der Sozial- und Wirtschaftsgeschichte vom 16. bis 18. Jahrhundert. Das Beispiel Köln im regionalen Vergleich*, Trier 1996, Kap. II.1; Michael Huhn, »Zwischen Teuerungspolitik und Freiheit des Getreidehandels. Staatliche und städtische Maßnahmen in Hungerkrisen, 1770–1847«, in: Hans-Jürgen Teuteberg (Hg.), *Durchbruch zum modernen Massenkonsum. Lebensmittelmärkte und Lebensmittelqualität im Städtewachstum des Industriezeitalters*, Münster 1987, S. 37–89; Wilfried Reininghaus, *Die vorindustrielle Wirtschaft in Westfalen. Ihre Geschichte vom Beginn des Mittelalters bis zum Ende des Alten Reiches*, Münster 2018; Dietrich Ebeling/Franz Irsigler, *Getreideumsatz, Getreide- und Brotpreise in Köln, 1368–1797. Erster Teil: Getreideumsatz und Getreidepreise: Wochen-, Monats- und Jahrestabelle*, Köln u.a. 1976; dies., *Getreideumsatz, Getreide- und Brotpreise in Köln* (wie Anm. 13); sowie Günther Franz/Wilhelm Abel/Gisbert Cascorb, *Der deutsche Landwarenhandel*, Hannover 1960, S. 54 f. Ab dem 18. Jahrhundert waren die Maßnahmen Teil der Getreidehandelspolitik einer absolutistischen Staatsauffassung, vgl. Bass, *Hungerkrisen in Preussen* (wie Anm. 21), S. 58. Hauptakteure der städtischen Versorgungsmaßnahmen waren in der Regel übrigens der Stadtrat und seine Beauftragten. Die Interessenlage der Zuständigen diskutiert Huhn, »Zwischen Teuerungspolitik und Freiheit des Getreidehandels« (wie Anm. 21), S. 54–58.

22 Die Wirksamkeit all dieser Maßnahmen ist jedoch eingeschränkt: Ernährungskrisen konnten so zwar abgemildert, jedoch nicht verhindert werden. Hindernisse waren die politischen und finanziellen Strukturbedingungen, die mangelnde Übersicht über die komplexen wirtschaftlichen Zusammenhänge und teilweise sogar Fehleinschätzungen seitens der Obrigkeit. Die obrigkeitlichen Steuerungsmaßnahmen wurden zusätzlich durch unlauteren Getreidehandel, Mehlverfälschung oder falsche Brotgewichte kontinuierlich unterlaufen, so Teuteberg, »Zum Problemfeld der Urbanisierung und Ernährung im 19. Jahrhundert« (wie Anm. 8), S. 11. Hinzu kommt, dass es neben den öffentlichen Märkten eine Vielzahl an »grauen und schwarzen« Märkten gab.

23 Vgl. Reinicke, *Agrarkonjuktur* (wie Anm. 18), S. 276; Dietrich Ebeling, »Versorgungskrisen und Versorgungspolitik während der zweiten Hälfte des 16. Jahrhunderts in Köln«, in: *Zeitschrift für Agrargeschichte und Agrarsoziologie* 27 (1979), S. 32–59, hier S. 52, und Franz Irsigler, »Getreidepreise, Getreidehandel und städtische Versorgungspolitik in Köln vornehmlich im 15. und 16. Jahrhundert«, in: Werner Besch u.a. (Hg.), *Die Stadt in der europäischen Geschichte. Festschrift für Edith Ennen*, München 1972, S. 571–620, hier S. 594 und 598.

24 Frank Göttmann, *Getreidemarkt am Bodensee. Raum – Wirtschaft – Politik – Gesellschaft (1650–1800)*, St. Katharinen 1991, S. 79.

25 Vgl. Ebeling/Irsigler, *Getreideumsatz, Getreide- und Brotpreise in Köln* (wie Anm. 13), S. L.

26 Friedrich der Große war jedoch kein Getreidehändler im eigentlichen Sinne, sondern versuchte mittels seiner Magazinvorräte vor allem sein Militär und Berlin als Hauptstadt zu versorgen: vgl. Dominik Collet, *Die doppelte Katastrophe. Klima und Kultur in der europäischen Hungerkrise 1770–1772*, Göttingen 2019, S. 142–182; ders., »Storage and starvation: public granaries as agents of food security in early modern Europe«, in: Cornel Zwierlein/Rüdiger Graf/Magnus Ressel (Hg.), *The production of human security in premodern and contemporary history* (= Historical Social Research Nr. 134, 35.4), Köln 2010, S. 234–252.

27 Cell, *English enterprise* (wie Anm. 19), S. 2–45, mit näheren Informationen zur Organisation, Finanzierung usw.

28 Ingeborg Marshall, *The Beothuk*, St. Johns, Newfoundland 2001.

Marktwissen drucken

1 Zur Editionsgeschichte vgl. Peter Heßelmann, »Einführung. Tomaso Garzoni: Piazza Vniversale«, in: Nikola Roßbach/Thomas Stäcker (Hg.), *Welt und Wissen auf der Bühne. Theatrum-Literatur der Frühen Neuzeit. Repertorium*, Wolfenbüttel 2012, http://diglib.hab.de/wdb.php?dir=edoc/ed000171&distype=start&pvID=start, Zugriff: 13.09.2022.

2 Tommaso Garzoni, *Piazza Vniversale, das ist: ALlgemeiner Schauwplatz/ oder Marckt/ vnd Zusammenkunfft aller Professionen/ Künsten/ Geschäfften/ Händlen vnd Handwercken/ so in der gantzen Welt geübt werden* […], Frankfurt am Main 1619 [1585], Titelblatt.

3 Ebd., S. 646.

4 Vgl. Reinhard Wittmann, *Geschichte des deutschen Buchhandels*, 2., durchges. u. erw. Aufl., München 1999, S. 23–27; Ute Schneider, »Das Buch als Wissensvermittler in der Frühen Neuzeit«, in: Johannes Burkhardt/Christine Werkstetter (Hg.), *Kommunikation und Medien in der Frühen Neuzeit*, München 2005, S. 63–78.

5 Garzoni, *Piazza Vniversale* (wie Anm. 2), S. 646.

6 Johann Heinrich Zedler, »Rieß«, in: *Grosses vollständiges Universal-Lexicon Aller Wissenschafften und Künste* [...], Bd. 31, Leipzig/Halle (Saale) 1742, Sp. 1575. Vgl. auch Daniel Bellingradt, *Vernetzte Papiermärkte. Einblicke in den Amsterdamer Handel mit Papier im 18. Jahrhundert*, Köln 2020, S. 17 f.

7 Hans Sachs, *Eygentliche Beschreibung Aller Stände Auff Erden* [...], Frankfurt am Main 1568, fol. F 2r. Zum technischen Ablauf des Buchdrucks vgl. auch Andrew Pettegree, *The book in the Renaisscance*, New Haven, CT/London 2010, S. 23–27.

8 Adrian Beier, *Kurtzer Bericht von Der Nützlichen und Fürtrefflichen Buch-Handlung/ und Deroselben Privilegien*, Jena 1690, S. 40.

9 Garzoni, *Piazza Vniversale* (wie Anm. 2), S. 646.

10 Vgl. etwa das Beispiel Herzog Augusts II. von Wolfenbüttel bei Julia Bangert, *Buchhandelssystem und Wissensraum in der Frühen Neuzeit*, Berlin/Boston, MA 2019, S. 306–414.

11 Bellingradt, *Vernetzte Papiermärkte* (wie Anm. 6), S. 97.

12 Garzoni, *Piazza Vniversale* (wie Anm. 2), S. 646.

13 Beier, *Kurtzer Bericht* (wie Anm. 8), S. 7 f.

14 Aegidius Henning, *Gepriesener Büchermacher Oder Von Büchern/ und Bücher machen ein zwar kleines/ jedoch lustiges und erbauliches Büchlein* [...], Frankfurt am Main 1666, S. 122 f.

15 Ahasver Fritsch, *Abhandlungen Von denen Buchdruckern/ Buchhändlern/ Papiermachern und Buchbindern* [...]. *Zum diensamen Gebrauch* [...], *ins Teutsche übersetzt* [...], Regensburg 1750 [1675], S. 43.

16 Garzoni, *Piazza Vniversale* (wie Anm. 2), S. 646.

17 Ebd.

18 *Verzeichnis Der Schrifften und Bücher/ Welche bey Johann Andreae Endters Seel. Sohn und Erben Bißhero gedruckt und von ihnen verleget worden* [...], Nürnberg 1717, unpag. Vgl. auch Wittmann, *Geschichte des deutschen Buchhandels* (wie Anm. 4), S. 92 f.

19 Beier, *Kurtzer Bericht* (wie Anm. 8), S. 47.

20 Ebd., S. 4.

21 Ebd., S. 5.

22 Ebd., S. 5 f.

23 Vgl. die Belege bei Michael Giesecke, *Der Buchdruck in der frühen Neuzeit. Eine historische Fallstudie über die Durchsetzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien*, Frankfurt am Main 1991, S. 168–192.

24 Martin Luther, *Das Newe Testament Deutzsch*, Wittenberg 1522, Vorrede, unpag.

25 Vgl. Marcus Sandl, *Medialität und Ereignis. Eine Zeitgeschichte der Reformation*, Zürich 2011 sowie zu Wittenberg mit Produktionszahlen aus dem Verzeichnis der im deutschen Sprachbereich erschienenen Drucke des 16. Jahrhunderts (VD 16) Pettegree, *The book in the Renaisscance* (wie Anm. 7), S. 91.

26 Johann Eberlin von Günzburg, *Mich wundert das kein gelt ihm land ist. Ein schimpflich doch vnschedlich gesprech dreyer Landtfarer/ vber yetz gemelten tyttel*, Eilenburg 1524, fol. B 4v. Vgl. dazu Wittmann, *Geschichte des deutschen Buchhandels* (wie Anm. 4), S. 56 f.

27 Eberlin von Günzburg, *Mich wundert* (wie Anm. 26), fol. C 1r.

28 Ebd., fol. C 1v.

Preisbildung beeinflussen

1 Vereinigte Westfälische Adelsarchive (im Folgenden: WA), Nordkirchen Akten, 6828, Kornrechnung des Hauses Nordkirchen (1809).

2 Vgl. hierzu und im Folgenden Friederike Scholten, »Gutsbesitzer zwischen Repräsentation und Wirtschaftsführung. Das Gut Nordkirchen in Westfalen im 18. und 19. Jahrhundert«, in: *Virtus* 24 (2017), S. 105–128.

3 Vereinigte Adelsarchive Rheinland (im Folgenden: VAR), Crottorf Akten, 16697, »Erinnerungen zur Finanz Rechnung der Rentei Crottorf pro 1845«.

4 WA, Nordkirchen Akten, 12069, #24 (19.09.1824).

5 Zur Frage von Preisbildung, Konkurrenz und Auktionen siehe auch Christiane Eisenberg, »Auktionen und die Erfahrung der Konkurrenz als Marktmechanismus. Betrachtungen zur britischen Wirtschafts- und Kulturgeschichte des 18. Jahrhunderts«, in: Ralph Jessen (Hg.), *Konkurrenz in der Geschichte. Praktiken – Werte – Institutionalisierungen*, Frankfurt am Main/New York, NY 2014, S. 229–260.

6 WA, Nordkirchen Akten, 4126, »Beantwortung des Revisions-Protokolls«, 192 ad 11 (1814/15).

7 WA, Nordkirchen Akten, 2940, Verwaltungsberichte des Rentmeisters Sandfort zu Nordkirchen, #101, »Berichte ex 1819« (17.03.1819).

8 WA, Nordkirchen Akten, 12068, #37 (19.04.1820).

9 Vgl. Barry J. Nalebuff/Adam M. Brandenburger, *Co-opetition*, New York, NY 1996.

10 Zur Funktionsweise dieses finanzlogistischen Systems um 1700 vgl. mit weiterer Literatur Tim Neu, »Accounting Things Together. Die Globalisierung von Kaufkraft im British Empire um 1700«, in: Debora Gerstenberger/Joël Glasman (Hg.), *Techniken der Globalisierung. Globalgeschichte meets Akteur-Netzwerk-Theorie*, Bielefeld 2016, S. 41–66, und ders., »Geld gebrauchen. Frühneuzeitliche Finanz-, Kredit- und Geldgeschichte in praxeologischer Perspektive«, in: *Historische Anthropologie* 27.1 (2019), S. 75–103.

11 Zum Wechsel vgl. im Überblick Markus A. Denzel, *Das System des bargeldlosen Zahlungsverkehrs europäischer Prägung vom Mittelalter bis 1914*, Stuttgart 2008, S. 47–70.

12 Vgl. dazu ausführlich Aaron Graham, *Corruption, party, and government in Britain, 1702–1713*, Oxford 2015.

13 Huntington Library (im Folgenden: HL), ST 58: Brydges, James, 1st Duke of Chandos. Letters from several persons, Bd. 8, John Drummond an James Brydges, Amsterdam, 08.05.1711, S. 113–117, hier S. 114.

14 Vgl. Godfrey Davies, »The seamy side of Marlborough's war«, in: *Huntington Library Quarterly* 15.1 (1951), S. 21–44, hier S. 25: William Cadogan, der Generalquartiermeister der englischen Armee in Flandern, berechnete seinen Truppen den Doppelescudo 1707 zu 9 Gulden 15 Stuiver; vgl. auch Henry Cartwright an James Brydges, 28.04.1707, Antwerpen, in: HL ST 58, Bd. 1, S. 155–157, wo Cartwright berichtet, dass Cadogan Patagonen für 51 Stuiver, also 2 Gulden 11 Stuiver, erwerben konnte.

15 Vgl. ebd., S. 155: Cartwright erwähnt, dass Cadogan Doppelescudos für 9 Gulden 10 Stuiver erwerben konnte. Da aus Davies, *Seamy side* (wie Anm. 14), S. 25, hervorgeht, dass Cadogan den Truppen den Doppelescudo zu 9 Gulden 15 Stuiver berechnete, ist anzunehmen, dass Cartwright diese Information ebenfalls besaß und sich die 5 Stuiver Gewinn pro Doppelescudo aus diesen Annahmen ergeben.

16 Vgl. Peter G.M. Dickson/John V. Beckett, »The finances of the dukes of Chandos: aristocratic inheritance, marriage, and debt in eighteenth-century England«, in: *Huntington Library Quarterly* 64.3/4 (2001), S. 309–355, hier S. 313, Anm. 12.

17 Cartwright an Brydges (wie Anm. 14), S. 156.
18 Ebd., S. 155.
19 Ebd.
20 Zur East India Company in ihrer Frühzeit vgl. Kirti N. Chaudhuri, *The English East India Company: the study of an early joint-stock company, 1600–1640*, London 1965; Rupali Mishra, *A business of state: commerce, politics, and the birth of the East India Company*, Cambridge, MA 2018.
21 Zu Indigo als Welthandelsgut vgl. Alexander Engel, *Farben der Globalisierung. Die Entstehung moderner Märkte für Farbstoffe 1500–1900*, Frankfurt am Main/New York, NY 2009.
22 British Library, India Office Records (im Folgenden: IOR) B/6, S. 335–337, Protokoll der Sitzung des Court of Committee, 27.04.1619, S. 335.
23 IOR B/6, S. 342–345, Protokoll der Sitzung des General Court, 04.05.1619, S. 343.
24 Ebd.
25 Ebd.
26 Ebd.
27 Ebd.
28 IOR B/5, Protokoll der Sitzung des Court of Committee, 27.10.1615, S. 529.
29 IOR B/6, S. 335–337, Protokoll der Sitzung des Court of Committee, 27.04.1619, S. 335.
30 IOR B/6, S. 342–345, Protokoll der Sitzung des General Court, 04.05.1619, S. 344.
31 Ebd., S. 343.
32 Ebd.
33 Ebd.
34 Ebd., S. 344.
35 IOR B/9, S. 369 f., Protokoll der Sitzung des Court of Committee, 11.03.1625, S. 370.
36 Zu verschiedenen Konkurrenzformen und -verfahren besonders im frühneuzeitlichen Kontext demnächst: Christina Brauner/Alexander Engel, »Konkurrenz und ihre Grenzen. Debatten – Konzepte – Frageperspektiven«, in: Franziska Neumann/Jorun Poettering/Hillard von Thiessen (Hg.), *Konkurrenzen in der Frühen Neuzeit. Aufeinandertreffen – Übereinstimmung – Rivalität*, Köln [im Erscheinen].
37 Zur Historisierung von Konkurrenz als ökonomischem Konzept: Tobias Werron, »Wettbewerb als historischer Begriff«, in: Ralph Jessen (Hg.), *Konkurrenz in der Geschichte. Praktiken – Werte – Institutionalisierungen*, Frankfurt am Main/New York, NY 2014, S. 59–93; Alexander Engel, »Konzepte ökonomischer Konkurrenz in der longue durée. Versprechungen und Befürchtungen«, in: Karin Bürkert u.a. (Hg.), *Auf den Spuren der Konkurrenz. Kultur- und sozialwissenschaftliche Perspektiven auf Wettbewerb und Wetteifer*, Münster 2019, S. 45–85.

Privilegieren oder boykottieren

1 Ponent steht für die Fahrt nach Westen, also in Richtung Gibraltar und potenziell weiter nach Nordeuropa.
2 Jan de Vries/Ad Van der Woude, *The first modern economy: success, failure, and perseverance of the Dutch economy, 1500–1815*, Cambridge 1997.
3 Corey Tazzara, *The free port of Livorno and the transformation of the Mediterranean world, 1574–1790*, Oxford 2017.

4 Éric Thierry, *La France de Henri IV en Amérique du Nord. De la création de l'Acadie à la fondation de Québec*, Paris 2008, S. 66–83; Marcel Trudel, *Histoire de la Nouvelle-France. Les vaines tentatives 1524–1603*, Montréal 1963, S. 213–278.

5 Conrad E. Heidenreich/Katharine Janet Ritch (Hg.), *Samuel de Champlain before 1604. Des Sauvages and other documents related to the period*, Toronto 2010, S. 45 f.; Thierry, La France de Henri IV en Amérique du Nord (wie Anm. 4), S. 63–66.

6 Dies ist umso bemerkenswerter, als »Privilegierungen« in der neueren Forschung innerhalb Frankreichs als alltägliche und übliche Praktik identifiziert wurde. Siehe die Beiträge in Guillaume Garner (Hg.), *Ökonomie des Privilegs – Westeuropa 16.–19. Jahrhundert*, Frankfurt am Main 2016.

7 So im ersten Kapitel von Samuel de Champlain, *Les voyages du Sieur de Champlain ou, Journal tres-fidele des obeservations fait és descouvertes de la Nouvelle France*, Paris 1613. Vgl. David B. Quinn (Hg.), *New American world: a documentary history of North America to 1612*, Bd. 4, London 1979, S. 302 f.; Thierry, *La France de Henri IV en Amérique du Nord* (wie Anm. 4), S. 359; Heidenreich/Ritch, *Samuel de Champlain before 1604* (wie Anm. 5), S. 50 f.

8 George MacBeath, »Dugua de Monts (Du Gua, de Mons), Pierre«, in: *Dictionary of Canadian Biography*, Bd. 1, http://www.biographi.ca/en/bio/du_gua_de_monts_pierre_1E.html, Zugriff: 13.09.2022; Jean-Yves Grenon, *Pierre Dugua de Mons. Founder of Acadie (1604–5). Co-Founder of Quebec (1608)*, Annapolis 2000, S. 7; Jean-Claude Collard, *Poutrincourt. Aventurier picard en Acadie*, Inval/Boiron 2006; Bernard Emont, *Marc Lescarbot. Mythes et rêves fondateurs de la Nouvelle-France. Avec une biographie nouvelle de l'auteur*, Paris 2002.

9 Eine kritische Sicht haben: Oscar Gelderblom/Regina Grafe, »The rise and fall of the merchant guilds: re-thinking the comparative study of commercial institutions in premodern Europe«, in: *Journal of Interdisciplinary History* 40 (2010), S. 477–511; Sheilagh Ogilvie, *Institutions and European trade: merchant guilds, 1000–1800*, Cambridge 2011; Oscar Gelderblom, *Cities of commerce: the institutional foundations of international trade in the Low Countries, 1250–1650*, Princeton, NJ 2013. Eher positive Aspekte der Privilegien in der Frühen Neuzeit betont: Garner, *Die Ökonomie des Privilegs* (wie Anm. 6).

10 Vgl. hierzu mit sehr gutem Zahlenmaterial: Renato Ghezzi, *Livorno e l'Atlantico. I commerci olandesi nel Mediterraneo del Seicento*, Bari 2011.

11 Ediert bei: Ludwig Beutin, *Der deutsche Seehandel im Mittelmeergebiet bis zu den Napoleonischen Kriegen*, Neumünster 1933, S. 193 f.

12 Zur jüdischen Gemeinde in Livorno siehe insbesondere die Arbeiten von: Renzo Toaff, *La nazione ebrea a Livorno e a Pisa, 1591–1700*, Florenz 1990; Lucia Frattarelli Fischer, *Vivere fuori dal ghetto. Ebrei a Pisa e Livorno (secoli XVI–XVIII)*, Turin 2008.

13 Jonathan I. Israel, *European Jewry in the age of mercantilism, 1550–1750*, Oxford 1985, S. 175.

14 Jean Pierre Filippini, »Les nations à Livourne (XVIIe-XVIIIe siècles)«, in: Simonetta Cavaciocchi (Hg.), *I porti come impresa economica*, Florenz 1988, S. 581–594, hier S. 589.

15 Die detaillierten Akten zum Fall in den britischen *National Archives* (State papers foreign, Toscana, 98/39 und 98/48) zeigen, dass dieser Beschluss im Zusammenhang mit dem Krieg stand und sich von den Protestanten gegen die Katholiken in der *British factory* richtete. Der Beschluss wurde von einigen Protestanten ebenfalls abgelehnt und wenige Monate nach seinem Erlass durch Druck der Londoner Händler zu Fall gebracht.

16 Siehe hierzu die Berichte von Champlain, *Voyages* (wie Anm. 7); Marc Lescarbot, *Historie de Nouvelle France*, Paris 1617.

17 Thierry, *La France de Henri IV* (wie Anm. 4), S. 253.

18 Henry Percival Biggar, *The early trading companies of New France: a contribution to the history of commerce and discovery in North America*, Toronto 1901, S. 64; MacBeath, »Dugua de Monts (Du Gua, de Mons), Pierre« (wie Anm. 8); Thierry, *La France de Henri IV* (wie Anm. 4), S. 254; Trudel, *Histoire de la Nouvelle-France* (wie Anm. 4), S. 65–68. Trudel hält Bestechungszahlungen der benachteiligten Händler an Männer wie Sully für eine wahrscheinliche Ursache der Aufhebung. Siehe auch: Sahra Holbrook, *The French founders of North America and their heritage*, New York, NY 1976, S. 19 f.

19 Beschluss des *Conseil d'Etat* vom 6. Oktober 1609, zitiert nach: Robert Le Blant/René Baudry (Hg.), *Nouveaux Documents sur Champlain et son époque, 1560–1622*, Bd. 1, Ottawa 1967, S. 191–193. Vorerst ausgenommen ist der Handel flussaufwärts von Québec. Zu dem Einfluss Sullys vgl. Thierry, *La France de Henri IV* (wie Anm. 4), S. 319–321.

20 Seine Aussagen sind zwar eurozentrisch geprägt, aber durch archäologische und anthropologische Forschungen gestützt und daher mangels textlicher Alternativen noch immer in der aktuellen Forschung maßgebliche Bezugspunkte: Samuel de Champlain, *Des Sauvages: ou voyage de Samuel Champlain*, Paris 1603. Vgl. Olive Patricia Dickason, *Canada's first nations: a history of founding peoples from earliest time*, Norman 1992, S. 100–103; Peter Cook, *Vivre comme frères: Native-French alliances in the St Lawrence Valley, 1535–1667*, Diss. Montréal 2008, S. 292 f. und zu den franco-indigenen Allianzen in der Region S. 354–363. Zum Verschwinden der Indigenen, die um 1530 dort gelebt hatten und noch von Cartier angetroffen worden waren, insbesonders Bruce G. Trigger, *Natives and newcomers: Canada›s »Heroic Age« reconsidered*, Montréal 1994, S. 144–148; Heidenreich/Ritch, *Samuel de Champlain before 1604* (wie Anm. 5), S. 46 f. Die Gründe ihres Verschwindens sind noch immer Gegenstand von Debatten über inter-indigene Konflikte, so Roland Tremblay, *The St. Lawrence Iroquoians: corn people*, Montréal 2006. Zu den *Mohawks* in diesem Kontext siehe: Neal Salisbury, *Manitou and providence: Indians, Europeans, and the making of New England, 1500–1643*, New York, NY 1984, S. 79–82; Neal Salisbury, »Native People and european settlers in eastern North America 1600–1783«, in: Bruce G. Trigger (Hg.), *The Cambridge history of the native peoples of the Americas: North America*, Bd. 1, Cambridge 2007, S. 399–461, hier S. 401 f. Eine Unterscheidung zwischen den *Mohawks* als indigener Nation und der gesamten Föderation der Irokesen wird in den französischen Quellen nicht vorgenommen. Zu Champlains Darstellung vgl. Quinn, *New American world* (wie Anm. 7), S. 397; Dickason, *Canada's first nations* (wie in dieser Anm. oben), S. 125 f.

21 Champlain, *Des Sauvages* (wie Anm. 20); ders., *Voyages* (wie Anm. 7).

Produzieren und argumentieren

1 Historisches Archiv der Stadt Köln (im Folgenden: HAStK), Zunft A 504, fol. 176 f.

2 HAStK, Zunft A 504, fol. 173–248.

3 Vgl. zum Ansatz in diesem Fragment: Nikole Hannah-Jones u.a. (Hg.), *The 1619 project: a new origin story*, New York, NY 2021.

4 Herbert Milz, *Das Kölner Grossgewerbe von 1750 bis 1835*, Köln 1962, S. 52.

5 Ebd., S. 50 f.

6 Bei diesem Produktionsgang werden die getrockneten Tabakblätter zusammengedreht.

7 Fritz Bilz, »Das Tabakgewerbe in und um Köln bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts«, in: *Jahrbuch des Kölnischen Geschichtsvereins* 72 (2001), S. 164–165.

8 Milz, *Das Kölner Grossgewerbe* (wie Anm. 4), S. 53.

9 Hans Pohl, »Wirtschaftsgeschichte Kölns im 18. und beginnenden 19. Jahrhundert«, in: Hermann Kellenbenz (Hg.), *Zwei Jahrtausende Kölner Wirtschaftsgeschichte*, Bd. 2, Köln 1975, S. 9–163.

10 HAStK, Zunft A 504, fol. 190 f.

11 Christof Jeggle, »Nahrung und Markt in Ökonomien städtischer Gewerbe in der Frühen Neuzeit. Methodische Überlegungen am Beispiel des Leinengewerbes in Münster/Westfalen«, in: Robert Brandt/Thomas Buchner (Hg.), *Nahrung, Markt oder Gemeinnutz. Werner Sombart und das vorindustrielle Handwerk*, Bielefeld 2004, S. 95–131; Robert Brandt, »›Frankfurt sei doch eine Freye=Reichs=Statt, dahin jedermann zu arbeithen frey stünde‹. Das Innungshandwerk in Frankfurt am Main im 18. Jahrhundert zwischen Nahrungssemantik und handwerklicher Marktwirtschaft«, in: ebd., S. 155–201; Christine Werkstetter, »Nahrung als Argument im Kontext von Frauenarbeit und Frauenhandeln im städtischen Zunfthandwerk«, in: ebd., S. 201–223.

12 HAStK, Zunft A 504, fol. 181.

13 Zur Diskussion semantischer Felder von »Nahrung« und »Gemeinnutz« in der Frühen Neuzeit vgl. Brandt/Buchner, *Nahrung, Markt oder Gemeinnutz* (wie Anm. 11).

14 Winfried Schulze, »Vom Gemeinnutz zum Eigennutz«, in: *Historische Zeitschrift* 242 (1986), S. 591–626, hier S. 601.

15 HAStK, Zunft A 504, fol. 181.

16 Vgl. zum atlantischen Dreieckshandel: Hugh Thomas, *The slave trade: the history of the Atlantic slave trade, 1440–1870*, London 2006.

17 Library of Congress (LOC), George Washington Papers, Series 4, General Correspondence: »Lawrence Washington, March 11, 1698, Will«, http://www.loc.gov/resource/mgw4.029_0010_0012, Zugriff: 13.09.2022.

18 Robert Beverley, *The history of Virginia, in four parts*, London 1722, S. 47, 49, 52, 57, 174 ff., 188, 198 u.a.

19 Hannah-Jones u.a., *The 1619 project* (wie Anm. 3).

20 Vgl. Sidney Mintz, *Sweetness and power: the place of sugar in modern history*, New York, NY 1985; Sven Beckert, *Empire of cotton: a global history*, New York, NY 2014; Walter Johnson, *Soul by soul: life inside the antebellum slave market*, Cambridge, MA 1999.

21 »Letters of John Syme to Lidderdale, Harmer and Farrell«, zitiert nach Timothy H. Breen, *Tobacco culture: the mentality of the greater tidewater planters on the eve of the Revolution*, Princeton, NJ/Oxford 2001, S. 54 f.

22 Duke University, Manuscript Division, Henry Fitzhugh Papers, »Fitzhugh to James Russell, 2 August 1757«; zudem: »John Baylor to Norton and Sons, 16 September 1760«, in: Francis Norton Mason (Hg.), *John Norton and Sons Merchants of London and Virginia,* Richmond, VA 1937, S. 10; Breen, *Tobacco culture* (wie Anm. 21), S. 12.

23 »From George Washington to Robert Cary & Company, 20 September 1765«, in: Founders Online, National Archives, https://founders.archives.gov/documents/Washington/02-07-02-0252-0001, Zugriff: 13.09.2022 [abgedruckt in: *The Papers of George Washington, Colonial Series*, Bd. 7: *1 January 1761–15 June 1767*, hg. von W.W. Abbot und Dorothy Twohig, Charlottesville, VA 1990, S. 398–402].

24 Virginia Gazette, 31.10.1771, S. 2, https://research.colonialwilliamsburg.org/DigitalLibrary/vagazettes/VGSinglePage.cfm?issueIDNo=71.R.25&page=2&res=LO, Zugriff: 13.09.2022.

25 »II. Additional Queries, with Jefferson's Answers, [ca. January–February 1786]«, in: Founders Online, National Archives,

https://founders.archives.gov/documents/Jefferson/01-10-02-0001-0003, Zugriff: 13.09.2022 [abgedruckt in: *The papers of Thomas Jefferson*, Bd. 10: *22 June–31 December 1786*, hg. von Julian P. Boyd, Princeton, NJ 1954, S. 20–29].

26 Vgl. Woody Holton, »The capitalist constitution«, in: Sven Beckert/Christine Desan (Hg.), *American capitalism: new histories*, New York, NY 2019, S. 35–55.

27 »Ministerial Plan for the Abolition of Slavery«, in: House of Commons Debates (HC Deb), 07.06.1833, Bd. 18, Sp. 458–509, hier Sp. 493.

28 HAStK, Zunft A 504, fol. 217 f.

29 Ebd., fol. 181.

30 Ebd., fol. 219.

31 Ebd., fol. 195.

32 Ebd., fol. 218 f.

33 Ebd., fol. 217.

34 Zitiert nach Milz, *Das Kölner Grossgewerbe* (wie Anm. 4), S. 52.

35 Jan Logemann, »Racial Capitalism: Race als Kategorie der jüngsten U.S. Sozial- und Wirtschaftsgeschichtsschreibung«, in: *H-Soz-Kult*, http://www.hsozkult.de/publicationreview/id/reb-98486, Zugriff: 13.09.2022 (Rezension zu: Destin Jenkins/Justin Leroy (Hg.), *Histories of racial capitalism*, New York, NY 2021; Keeanga-Yamahtta Taylor, *Race for profit: how banks and the real estate industry undermined black homeownership*, Chapel Hill, NC 2019; Marcia Chatelain, *Franchise: the golden arches in Black America*, New York, NY 2021; Walter Johnson, *The broken heart of America: St. Louis and the violent history of the United States*, New York, NY 2020)

Prognostizieren

1 Auszug aus der Crottorfer Renteirechnung, vgl. Vereinigte Adelsarchive Rheinland (im Folgenden: VAR), Crottorf Akten 6896 (08.05.1832).

2 Vgl. Tabelle 8.1 bei Friederike Scholten-Buschhoff, *Verkaufen – Verschenken – Lagern*, Diss. Münster 2020.

3 So betonen westfälische Rentmeister im Jahr 1815 bezüglich der Getreidelagerung, dass ihnen die mit der »Kosten bemindernden Wertung« verbundenen Gefahr zu hoch sei, vgl. VAR, Nordkirchen Akten, 2939 (07.03.1815).

4 Scholten-Buschhoff, *Verkaufen – Verschenken – Lagern* (wie Anm. 2), Kap. 9.5.

5 VAR, Crottorf Akten, 16039 »Monita Renteirechnung 1797/1798« (07.09.1798).

6 Wolf Helmhardt von Hohberg, *Georgica Curiosa Aucta, Das ist: Umständlicher Bericht und klarer Unterricht Von dem Adelichen Land- und Feld-Lebens*, Nürnberg/Endter 1682, Bd. 2, S. 59.

7 Johann Friedrich Unger, *Von der Ordnung der Fruchtpreise*, Göttingen 1752.

8 Ebd., S. 97–146. Zwar vermerkt er, dass in Hannover die Feldfrüchte drei bis vier Wochen früher reif sind, doch der Einfluss des Klimas verschiebe seine Berechnungen nur um ein paar Wochen nach hinten oder vorne; sie könnten darum auch auf andere Orte übertragen werden: ebd., S. 19.

9 Ebd., S. 125.

10 Ebd., S. 19.

11 Ebd., S. 79.

12 Nostradamus, *Lettres inédites*, hg. von Jean Dupèbe, Genf 1983, S. 39 f.

13 Dieter Kempkens, »Der Erfolg der ›Prognostica‹ auf dem Buchmarkt in der frühen Neuzeit«, in: *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte* 16 (2014), S. 5–27.
14 Georg Kreslin, *Bergk-Practica oder Prognosticon des Bergkwerck bawens*, Nürnberg 1597, unpag. [S. 11].
15 Ebd, [S. 12].
16 Stadtarchiv Nürnberg E 29/IV, Schreiben von Christof Kurtz an Lienhard Tucher aus Antwerpen, Nr. 1149 (30.12.1543), Nr. 1150 (06.01.1544), Nr. 1151 (13.01.1544), Nr. 1152 (20.01.1544), Nr. 1153 (17.02.1544), Nr. 1155 (09.03.1544) und Nr. 1159 (30.08.1545).
17 Ebd., Nr. 1150 (06.01.1544) und Nr. 1155 (09.03.1544).
18 Ebd., Nr. 1150 (06.01.1544).
19 Ebd., Nr. 1149 (30.12.1543), Nr. 1150 (06.01.1544), Nr. 1151 (13.01.1544), Nr. 1152 (20.01.1544), Nr. 1153 (17.02.1544), Nr. 1155 (09.03.1544) und Nr. 1159 (30.08.1545).
20 Ebd., Nr. 1149 (30.12.1543).
21 Unger, *Von der Ordnung der Fruchtpreise* (wie Anm. 7), S. 141–143.
22 Art. »Calender«, in: Johann Heinrich Zedler (Hg.), *Grosses vollständiges Universal-Lexicon*, Bd. 5, Halle (Saale) 1733, Sp. 223–241, hier Sp. 241.

Reibereien vorbeugen

1 Stadtarchiv Nürnberg (im Folgenden: StadtAN), E 8, Handelsvorstand, Nr. 157, 1773–1808.
2 Eine ausführliche Darstellung zu den Nürnberger Maklern mit Nachweisen in Christof Jeggle, »Les courtiers sur les marches de Nürnberg«, in: Vincent Demont/Anne Wegener Sleeswijk/Mathieu Scherman (Hg.), *Le pouvoir des courtiers. Univers marchand et acteurs du courtage en Europe (XIVe–XVIIIe s.)*, Paris 2018, S. 87–112. Wenn im Folgenden von Akteuren und Akteursgruppen gesprochen wird, dann überwiegend in der männlichen Form, da in den hier dargestellten Beispielen wie in den historischen Dokumenten zum Nürnberger Großhandel nur von Männern die Rede ist. In ihrer einschlägigen Studie stellt Merry E. Wiesner, *Working women in renaissance Germany*, New Brunswick, NJ 1986, S. 221, Anm. 2, fest, dass im Groß- und Fernhandel aktiv beteiligte Frauen so selten seien und ihre Tätigkeit von einer bestehenden Ehe derart abhängig sei, dass sie auf diese Frauen nicht näher eingehen würde. Geschäftlich aktive Großhändlerinnen sind für Nürnberg bislang nicht bekannt, im Einzelhandel sind Frauen hingegen sehr gut repräsentiert.
3 StadtAN, B 11, Ratskanzlei, Nr. 146, fol. 195r/v.
4 Ebd., fol. 200r/v.
5 StadtAN, E 8, Handelsvorstand, Nr. 129.
6 Ebd., Nr. 129, 1722.
7 Ebd., Nr. 3822.
8 Ausführlich bei Jeggle, »Les courtiers sur les marches de Nürnberg« (wie Anm. 2), S. 95–103.
9 StadtAN, E 8, Handelsvorstand, Nr. 528.
10 Ebd., Nr. 205, 1763.
11 Zur Geschichte und zum Begriff der Laufzettel mit weiteren Nachweisen: Sven Schmidt, »Kommunikationsrevolution oder Zweite Kommerzielle Revolution? Die neuen Geschäftsmedien des 16. Jahrhunderts und ihr Einfluss auf die Praktiken des frühneuzeitlichen Börsenhandels am Beispiel Nürnberger Preiscourants (1586–1640)«, in: Mark

Häberlein/Christof Jeggle (Hg.), *Praktiken des Handels. Geschäfte und soziale Beziehungen europäischer Kaufleuten Mittelalter und früher Neuzeit*, Konstanz 2010, S. 245–282.

12 StadtAN, E 8, Handelsvorstand, Nr. 129, 1722.

13 Ebd., Nr. 3822.

14 StadtAN, A 6, Mandate Sammlung, Nr. 2120, 1746; Nr. 3656, 1756.

15 Den immer noch ausführlichsten Überblick bietet Willy Silberschmidt, *Die Entstehung des deutschen Handelsgerichts*, Leipzig 1894; ergänzend zu Nürnberg: Anja Amend-Traut/Hans-Joachim Hecker/Hans-Georg Hermann (Hg.), *Handel, Recht und Gericht in Mittelalter und Neuzeit. Die Reichsstadt Nürnberg im regionalen und europäischen Kontext*, Nürnberg 2021.

16 Franz Joseph Pfleger, *Die Produktenbörsen nach den Erhebungen der Börsenenquetekommission*, Bd. 2: *Börsenreform in Deutschland*, Stuttgart 1896, S. 2; Alexander Engel, *Risikoökonomie. Eine Geschichte des Börsenterminhandels*, Frankfurt am Main 2021, S. 124–131.

17 Johann Christian Andreas Mestern, *Hamburgs Getraide-Lieferungshandel in auswärtigen Häfen. Für Freunde nothwendiger und zweckmässiger Reformen*, Hamburg 1838, S. 11.

18 Ebd., S. 44 f.

19 Thomas Vogl, *Der Einfluss des französischen Rechts auf die Entwicklung der Handelsgerichtsbarkeit in Deutschland im 19. Jahrhundert*, Berlin 2021, S. 135 f.; »Ueber das Hamburgische Handelsgericht«, in: *Archiv für das Handelsrecht*, Bd. 1, Hamburg 1818, S. XIII–LII. Zeitgenössische Quellen zum Gründungsprozess sind abgedruckt bei August Sutor, *Die Errichtung des Handels-Gerichts in Hamburg*, Hamburg 1866.

20 Mestern, *Hamburgs Getraide-Lieferungshandel* (wie Anm. 17), S. 27.

21 Um die Neutralität und Pflichttreue der beeideten Hamburger Makler zu jener Zeit war es allerdings wohl weniger gut bestellt; zudem waren durchgehend sogenannte »Pfuschmakler« aktiv, also unbeeidete Makler, die allerdings kaum zur Rechenschaft gezogen wurden: vgl. Ernst Levy von Halle, »Der freie Handelsmakler in Hamburg und seine Stellung«, in: *Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft* 16 (1892), S. 1109–1176, hier S. 1120; ders., *Zur Geschichte des Maklerwesens in Hamburg*, Hamburg 1897, S. 29.

22 Mestern, *Hamburgs Getraide-Lieferungshandel* (wie Anm. 17), S. 33.

23 Ebd.

24 Ebd., S. 34.

25 *Reglement der Usancen beim Getraidehandel: Beschlossen in der Versammlung E. Ehrb. Kaufmanns am 31. October 1846*, Hamburg 1846.

26 Mestern, *Hamburgs Getraide-Lieferungshandel* (wie Anm. 17), S. 49.

27 Ebd., Anm. auf S. 26.

28 Ebd., S. 26.

Terminieren und koordinieren

1 Friedrich Meyer, »Andreas Ryff (1550–1603). Reisebüchlein. Mit einem Beitrag v. Elisabeth Landolt«, in: *Basler Zeitschrift für Geschichte und Altertumskunde* 72 (1972), S. 5–135, hier S. 37.

2 Wir verwenden im Folgenden in Anlehnung an die Quellen den Begriff Messekalender, obgleich sich in diesen Kalendern auch zahllose Märkte fanden, deren Inklusion hier grundsätzlich betont sei.

3 Werner Sombart, *Der moderne Kapitalismus. Historisch-systematische Darstellung des gesamteuropäischen Wirtschaftslebens von seinen Anfängen bis zur Gegenwart*, 2. Bd.: *Das europäische Wirtschaftsleben im Zeitalter des Frühkapitalismus, vornehmlich im 16., 17. und 18. Jahrhundert*, München/Leipzig 1919, S. 467, verwendete das Bild vom dünnen »Strom des Handelsverkehrs«, der durch regelmäßig stattfindende Märkte »gleichsam aufgestaut und dadurch vertieft« werde. Vgl. auch Michael Rothmanns relativ abstrakte Formulierung einer »räumlichen und terminlichen Ordnung« der Wirtschaftsregionen, die keinen ganzjährigen Markt gewährleisten konnten, und Markus Denzels Sicht, dass vormoderne Messen in einer räumlichen Hierarchie vor allem dazu gedient hätten, Wirtschaftsräume unterschiedlicher Entwicklungsstufen zu vernetzen; vgl. Michael Rothmann, *Die Frankfurter Messen im Mittelalter*, Stuttgart 1998, S. 41; Markus A. Denzel, »Das System der Messen in Europa – Rückgrat des Handels, des Zahlungsverkehrs und der Kommunikation (9. bis 19. Jahrhundert)«, in: ders. (Hg.), *Europäische Messegeschichte 9.–19. Jahrhundert*, Köln/Weimar/Wien 2018, S. 369–431, hier S. 378.

4 Ryffs Itinerar wurde besonders eingehend untersucht durch Nils Brübach, *Die Reichsmessen von Frankfurt am Main, Leipzig und Braunschweig. 14.–18. Jahrhundert*, Stuttgart 1994, S. 230–259.

5 Institut für Stadtgeschichte Frankfurt am Main (im Folgenden: ISF), Meßsachen, Ugb 2, Akten, Leipzig an Frankfurt am 13. August 1706, fol. 23r–24v. Zum Messestreit zwischen Frankfurt und Leipzig existiert eine recht umfangreiche Literatur. Gute jüngere Übersichten bieten Brübach, *Die Reichsmessen* (wie Anm. 4), S. 135–142; Peter Beyer, »Leipzigs Auseinandersetzung mit Frankfurt am Main (1706–1726). Symptom des Aufstiegs zur führenden deutschen Messestadt«, in: Hartmut Zwahr/Thomas Topfstedt/Günter Bentele (Hg.), *Leipzigs Messen 1497–1997. Gestaltwandel – Umbrüche – Neubeginn*, Bd. 1: *1497–1914*, Köln/Weimar/Wien 1999, S. 193–204.

6 ISF, Meßsachen, Ugb 2, Akten, Schreiben an den Frankfurter Rat vom 20. September 1710, fol. 158r–165v.

7 Vgl. Brübach, *Die Reichsmessen* (wie Anm. 4), S. 336–338 und 471 f.

8 Zu den angeblichen »Reichsmessen« von Frankfurt am Main und Leipzig vgl. Denzel, »Das System der Messen in Europa« (wie Anm. 3), S. 370–374.

9 Johannes Coler, *Calendarivm Oeconomicum & perpetuum. Das ist: Ein stetswerender Calender/ darzu ein sehr nützliches vn nöthiges Haußbuch* […]. *Jetzund zum andern mahl in Druck geben* […], Wittenberg 1592 [1591], Vorrede, fol. A 2v.

10 Ebd., Register, unpag.

11 Ebd.

12 Ebd.

13 Vgl. zu beiden Hermann Kellenbenz (Hg.), *Das Meder'sche Handelsbuch und die Welser'schen Nachträge. Handelsbräuche des 16. Jahrhunderts*, Wiesbaden 1974; Ernst Hasse, *Geschichte der Leipziger Messen*, Leipzig 1885, S. 145–146 und 227–231.

14 Vgl. Anne Radeff, *Du café dans le chaudron. Économie globale d'Ancien Régime (Suisse occidentale, Franche-Comté et Savoie)*, Lausanne 1996.

15 Vgl. Peter Weidhaas, *Zur Geschichte der Frankfurter Buchmesse*, Frankfurt am Main 2003, S. 19 f.; Sabine Niemeier, *Funktionen der Frankfurter Buchmesse im Wandel – von den Anfängen bis heute*, Wiesbaden 2001, S. 18–26; Friedrich Kapp, *Geschichte des Deutschen Buchhandels bis in das siebzehnte Jahrhundert*, Leipzig 1886, S. 467–471.

16 Hasse, *Geschichte der Leipziger Messen* (wie Anm. 13), Anlage Nr. XVI, S. 474.

17 Markus A. Denzel, »Zahlungsverkehr auf den Leipziger Messen vom 17. bis zum 19. Jahrhundert«, in: Zwahr/Topfstedt/Bentele, *Leipzigs Messen 1497–1997*, Bd. 1 (wie Anm. 5), S. 149–165, hier S. 153.

18 Zeitgenössisch ausgedrückt: Die Wechselkurse zwischen Leipzig und anderen wichtigen Städten wie Augsburg, Nürnberg, Wien oder Breslau konnten »zur Gleichheit kommen«; vgl. Hasse, *Geschichte der Leipziger Messen* (wie Anm. 13), Anlage Nr. XVII, S. 475.

19 Brübach, *Die Reichsmessen* (wie Anm. 4), S. 493.

20 Claudia Berger u.a., »Einleitung«, in: Jan-Hendryk de Boer (Hg.), *Praxisformen. Zur kulturellen Logik von Zukunftshandeln*, Frankfurt am Main/New York, NY 2019, S. 15–20, hier S. 17.

Transportieren

1 Scuola Normale Superiore di Pisa, Archivio Salviati, ser. I, no. 534bis: Copialettere O, c. 36v: An Amiel Albertas in Marseille, 16.05.1539: »Quanto alla comandare queste decte robe nostre per Barutj avevj inteso che non volevamo darle più comandita a Piero Tornierj non che non lo tengiamo per omo da bene ma non cj pare a proposito per la deliberazione s'à fare de le schale si chome el nostro Tom.o Corbinellj n'à detto avervj rimonstro / e poj che Ghaspar Sabatero vostro non vuole andare a detto viagio dj Barutj e che quelo per Grecia s'è dismeso per falta dj nave a noj piacerebe molto che Gian Richerj vostro jn comp.a dj Michel Fortia avessj questa acomandita pero vedette dj soporlo e quanto a Michele Fortia luj piglierà per comp.a quelo lj darette però / ò detto Richierj o altro fuora che el Tornierj dateli per comp.a chi vj parra sia a proposito che ce ne rimetiamo jn voj e aproveremo quelo deliberato expedite detta manda e dateci avixo subito per fare qui la sicurtà e cometerla altrove che Dio dj buon mandj«.

2 Ebd., c. 37v: An Amiel Albertas in Marseille, 19.05.1539.

3 Michael North, *Kommunikation, Handel, Geld und Banken in der frühen Neuzeit*, München 2000, S. 57–60.

4 Vgl. Gerhard Seibold, *Die Manlich. Geschichte einer Augsburger Kaufmannsfamilie*, Sigmaringen 1995; Maximilian Kalus, *Pfeffer – Kupfer – Nachrichten. Kaufmannsnetzwerke und Handelsstrukturen im europäisch-asiatischen Handel am Ende des 16. Jahrhunderts*, Augsburg 2010.

5 Eine historische Darstellung des »Frachtbriefes« steht noch aus. Einstweilen siehe vor allem die Ausführungen zum mittelalterlichen und frühneuzeitlichen Alpenraum, die wohl auch auf ganz Europa übertragen werden können, bei: Hermann Pfister, *Das Transportwesen der internationalen Handelswege von Graubünden im Mittelalter und in der Neuzeit*, Chur 1913, S. 200–240.

6 Das Speditionsgeschäft in der Frühen Neuzeit ist im Gegensatz zu anderen Formen des Handels, so beispielsweise zum Kommissions- oder Wechselhandel, nur schlecht erforscht. Die meisten Ansätze sind in Forderungskatalogen verblieben, am ehesten findet man eine reichhaltigere Literatur zu den Handelsrouten zu Land: vgl. Ugo Tucci, »I trasporti terrestri e marittimi nell'Italia dei secoli XIV–XVI«, in: Università degli Studi di Firenze. Istituto di Storia Economica (Hg.), *Aspetti della vita economica medievale. Atti del Convegno di Studi nel X anniversario della morte di Federico Melis*, Florenz/Pisa/Prato 1985, S. 447–463. Zum Kommissionshandel siehe Mark Häberlein, »Handelshäuser«, in: *Europäische Geschichte Online* I (2016), http://www.ieg-ego.eu/haeberleinm-2016-de, Zugriff: 13.09.2022. Zum Wechselhandel Markus A. Denzel/Martin Löhnig, »Wechsel«, in: *Enzyklopädie der Neuzeit*, Bd. 14, Stuttgart 2011, S. 729–734. Zur Erörterung von Zöllen in diesem Zusammenhang vgl. exemplarisch die Ausführungen zur Wirtschaftsgeschichte Bayerns im späten 18. Jahrhundert: Eckart Schremmer, *Die Wirtschaft Bayerns. Vom hohen Mittelalter bis zum Beginn der Industrialisierung. Bergbau, Gewerbe, Handel*, München 1970, S. 654–678. Das kann auch für das Mittelalter und die

gesamte Frühe Neuzeit verallgemeinert werden, die Transportkosten waren durchgängig ein enorm hoher Bestandteil des Preises von Marktprodukten: Ulf Dirlmeier, »Mittelalterliche Zoll- und Stapelrechte als Handelshemmnisse?», in: Hans Pohl (Hg.), *Die Auswirkungen von Zöllen und anderen Handelshemmnissen auf Wirtschaft und Gesellschaft vom Mittelalter bis zur Gegenwart*, Stuttgart 1987, S. 19–39.

7 Zum Transportwesen in der Frühen Neuzeit allgemein bleibt bis heute, vor allem aufgrund der klaren Definition von Begrifflichkeiten und Systemen, zentral: Werner Sombart, *Der moderne Kapitalismus. Historisch-systematische Darstellung des gesamteuropäischen Wirtschaftslebens von seinen Anfängen bis zur Gegenwart*, Bd. 2: *Das europäische Wirtschaftsleben im Zeitalter des Frühkapitalismus, vornehmlich im 16., 17. und 18. Jahrhundert*, München/Leipzig 1919, S. 228–361.

8 Vgl. zur Rodfuhr die Ausführungen bei: Otto Stolz, *Geschichte des Zollwesens, Verkehrs und Handels in Tirol und Vorarlberg. Von den Anfängen bis ins XX. Jahrhundert*, Innsbruck 1953, S. 240–259; zur Rangfahrt die verstreuten Hinweise in: Gottfried Zoepfl, *Fränkische Handelspolitik im Zeitalter der Aufklärung. Ein Beitrag zur deutschen Staats- und Wirtschafts-Geschichte*, Erlangen 1894.

9 Vgl. Gertrude R. B Richards, *Florentine merchants in the age of the Medici: letters and documents from the Selfridge Collection of Medici manuscripts*, Cambridge 1932.

10 Werner Baumann, *Der Güterverkehr über den St. Gotthardpaß vor Eröffnung der Gotthardbahn unter besonderer Berücksichtigung der Verhältnisse im frühen 19. Jahrhundert*, Zürich 1954, S. 68–69.

11 Vgl. den Inhalt eines typischen Briefsackes aus den 1570er Jahren: G. Sautter, »Auffindung einer grossen Anzahl verschlossener Briefe aus dem Jahre 1585«, in: *Archiv für Post und Telegraphie* 4 (1909), S. 97–115.

12 Siehe beispielsweise: Wilfrid Brulez, »L'Exportation des Pays-Bas vers l'Italie par voie de terre au milieu du XVIe siècle«, in: *Annales. Économies – sociétés – civilisations* 14 (1959), S. 461–491; Yuta Kikuchi, *Hamburgs Ostsee- und Mitteleuropahandel 1600–1800. Warenaustausch und Hinterlandnetzwerke*, Köln 2018, S. 312–323.

13 Diese Praktiken lassen sich gut seit dem frühen 14. Jahrhundert nachvollziehen: Marcello Berti, »Economia marittima e assicurazione a Pisa nella prima metà del Trecento«, in: Università degli Studi di Firenze. Istituto di Storia Economica, *Aspetti della vita economica medievale* (wie Anm. 6), S. 413–422.

14 Zur komplizierten Entwicklung der Landtransportversicherung fehlt eine systematische Studie, hilfreich sind die Hinweise bei Eugen von Liebig, *Die Seeversicherung. Systematische Darstellung des Seeversicherungswesens*, Berlin 1914, S. 35–36.

15 Vgl. Markus A. Denzel, *The Hamburg marine insurance, 1736–1859*, Leiden/Boston, MA 2022.

16 Daveggia, Claudio L., »Alcune considerazioni su tassi d'assicurazione e commercio nella seconda metà del Trecento«, in: Università degli Studi di Firenze. Istituto di Storia Economica, *Aspetti della vita economica medievale* (wie Anm. 6), S. 423–446.

17 Vgl. Werner Scheltjens, »Het ontstaan van een geintegreerde maritieme transportruimte in de Lage Landen, ca. 1300–1800«, in: *Revue Belge de Philosophie et d'Histoire/Belgisch Tijdschrift voor Filologie en Geschiedenis* 92 (2014), S. 293–364, hier S. 303 f.

18 Vgl. jüngst hierzu: Sophus A. Reinert/Robert Fredona, »Merchants and the origins of capitalism«, in: Teresa da Silva Lopes/Christina Lubinski/Heidi J.S. Tworek (Hg.), *The Routledge companion to the makers of global business*, London 2020, S. 171–188. Immer noch grundlegend hierzu: Robert Lopez, *The commercial revolution of the Middle Ages, 950–1350*, Cambridge 1976. Zu Deutschland diesbezüglich: Stuart Jenks, »Von den archaischen Grundlagen bis zur Schwelle der Moderne (ca. 1000–1450)«, in: Michael North (Hg.), *Deutsche Wirtschaftsgeschichte. Ein Jahrtausend im Überblick*, 2., völlig überarb. und aktual. Aufl., München 2005, S. 15–106, hier S. 68–72. Die Trennung zwischen Kommissionshändlern und Spediteuren ist in der Frühen Neuzeit

besonders schwierig. Fritz Glauser, »Der Gotthardtransit von 1500 bis 1660. Seine Stellung im Alpentransit«, in: *Schweizerische Zeitschrift für Geschichte* 29 (1979), S. 16–52, hier S. 22, bietet eine Definition der »Transportunternehmer«: »Sie spezialisierten sich, ohne eigene Transportmittel zu besitzen, auf die Organisation des Transports fremder Güter auf einer bestimmten Strecke des Fernverkehrs«. Das ist zwar formal vom Kommissionshandel nicht zu unterscheiden, typologisch aber durchaus, so dass diese auf der Ebene der Geschäftspraxis angesiedelte Definition hilfreich erscheint. Dabei konnten solche Spediteure zwar eigene Transportmittel besitzen, Glauser zeigt nur, dass deren Besitz kein notwendiges Element darstellte.

19 Sautter, »Auffindung einer grossen Anzahl verschlossener Briefe aus dem Jahre 1585« (wie Anm. 11), S. 97–115.

20 Georg Zwanowetz, »Zur Wirtschaftslage Tirols und Vorarlbergs gegen Ende der Regierungszeit Kaiser Josephs II.«, in: Franz Huter/Georg Zwanowetz (Hg.), *Erzeugung, Verkehr und Handel in der Geschichte der Alpenländer. Festschrift für Herbert Hassinger*, Innsbruck 1977, S. 417–447, hier S. 433.

Verbieten und verknappen

1 Johann Pezzl, *Skizze von Wien. Viertes Heft*, Wien/Leipzig 1787, Nr. LXXXVIII, S. 485 f.

2 Zur Gattung der Broschüre vgl. Ursula von Tschurtschenthaler, *Die Publizistik im Josephinischen Wien und ihr Beitrag zur Aufklärung*, Wien 1957, S. 20–55; Leslie Bodi, *Tauwetter in Wien. Zur Prosa der österreichischen Aufklärung 1781–1795*, Frankfurt am Main 1977, S. 166–178.

3 Vgl. Alois Blumauer, *Beobachtungen über Österreichs Aufklärung und Litteratur*, Wien 1792, S. 36. Eine Bibliografie bietet Ferdinand Wernigg, *Bibliographie österreichischer Drucke, während der »erweiterten Pressfreiheit« 1781–1795*, Wien/München 1973. In der neueren Forschung gibt es berechtigte Kritik an den Zahlen und zur realen Bedeutung der Broschüren; vgl. Norbert Bachleitner, *Die literarische Zensur in Österreich von 1751 bis 1848*, Wien/Köln/Weimar 2017, S. 71 f. Dies ändert allerdings nicht die damalige Wahrnehmung und die Diskurse über eine neue Dynamik des Buchmarktes, die eventuell auch auf einer von den Zeitgenoss:innen nicht trennscharf behandelten Zunahme von Periodika basieren könnte.

4 Vgl. Wolfram Seidler, *Buchmarkt und Zeitschriften in Wien 1760–1785. Studie zur Herausbildung einer literarischen Öffentlichkeit im Österreich des 18. Jahrhunderts*, Szeged 1994, S. 44–51.

5 Pezzl, *Skizze von Wien* (wie Anm. 1), S. 487. Vgl. auch Gustav Gugitz, »Die Wiener Stubenmädchenlitteratur von 1781. Ein Beitrag zur Josephinischen Broschüren- und zur Dienstbotenlitteratur«, in: *Zeitschrift für Bücherfreunde. Monatshefte für Bibliophilie und verwandte Interessen* 2 (1903), S. 137–150, hier S. 137.

6 Vgl. Bachleitner, *Die literarische Zensur in Österreich* (wie Anm. 3), S. 49–73.

7 Vgl. Robert Darnton, *Die Zensoren. Wie staatliche Kontrolle die Literatur beeinflusst hat. Vom vorrevolutionären Frankreich bis zur DDR*, München 2016, S. 28–60.

8 Zu Details über Preise und Wirtschaftlichkeit vgl. Kurt Strasser, *Die Wiener Presse in der Josephinischen Zeit*, Wien 1962, S. 118–127.

9 Kaiser Joseph II., zitiert nach Bodo Plachta, *Damnatur – Toleratur – Admittitur. Studien und Dokumente zur literarischen Zensur im 18. Jahrhundert*, Tübingen 1994, S. 70.

10 Vgl. Bachleitner, *Die literarische Zensur in Österreich* (wie Anm. 3), S. 26 und 58–73.

11 Joseph II., zitiert nach Reinhard Wittmann, *Geschichte des deutschen Buchhandels,* 2., durchges. u. erw. Aufl., München 1999, S. 153. Die genaueren Bestimmungen folgten am 11. Juni 1781. Darin

ordnete der Kaiser eine Zentralisierung der Zensur in Wien an, die fortan populäre und wissenschaftliche Schriften unterscheiden sollte; vgl. Bachleitner, *Die literarische Zensur in Österreich* (wie Anm. 3), S. 26 und 58–73, sowie Norbert Christian Wolf, »Von ›eingeschränkt und erzbigott‹ bis ›ziemlich inquisitionsmäßig‹. Die Rolle der Zensur im Wiener literarischen Feld des 18. Jahrhunderts«, in: Wilhelm Haefs/York-Gothart Mix (Hg.), *Zensur im Jahrhundert der Aufklärung. Geschichte – Theorie – Praxis*, Göttingen 2007, S. 305–330.

12 Blumauer, *Beobachtungen über Österreichs Aufklärung* (wie Anm. 3), S. 39 f.

13 Vgl. Ernst Wangermann, »Publizistik als Parlamentsersatz bei den Staatstheoretikern der josephinischen Ära«, in: Michael Benedikt (Hg.), *Verdrängter Humanismus – verzögerte Aufklärung*, Bd. 2: *Österreichische Philosophie zur Zeit der Revolution und Restauration (1750–1820)*, Wien 1992, S. 709–718.

14 Vgl. Hubert Wolf, *Index. Der Vatikan und die verbotenen Bücher*, München 2006, S. 24 f. und 56 f.

15 Vgl. Bachleitner, *Die literarische Zensur in Österreich* (wie Anm. 3), S. 44 und 50 f.

16 Daniel Bellingradt, *Flugpublizistik und Öffentlichkeit um 1700. Dynamiken, Akteure und Strukturen im urbanen Raum des Alten Reiches*, Stuttgart 2011, S. 134.

17 Otto Beneke, »Edzard, Sebastian«, in: *Allgemeine Deutsche Biographie* 5 (1877), S. 652–653, hier S. 652.

18 Vgl. Ulrich Groetsch, »Adversus Haereticos: Sebastian Edzard's epic battles for souls«, in: Johann Anselm Steiger/Martin Mulsow/Axel E. Walter (Hg.), *Das Akademische Gymnasium zu Hamburg (gegr. 1613) im Kontext frühneuzeitlicher Wissenschafts- und Bildungsgeschichte*, Berlin/Boston, MA 2017, S. 137–161.

19 Michael Gottlieb Steltzner, *Beschluß des Versuchs einer Zuverläßigen Nachricht von dem Kirchlichen und Politischen Zustande Der Stadt Hamburg, in den allerneuesten Zeiten* […]. *Zweite Abth.*, [o.O.] 1739, S. 169–171. Vgl. auch Holger Böning, *Welteroberung durch ein neues Publikum. Die deutsche Presse und der Weg zur Aufklärung. Hamburg und Altona als Beispiel*, Bremen 2002, S. 176 f.

20 Johann Heinrich Zedler, *Grosses vollständiges Universal Lexicon Aller Wissenschafften und Künste* […], Bd. 9, Halle (Saale)/Leipzig 1735, Sp. 209. Zu dieser Grundbedeutung vgl. Günter Hess, »Pasquill«, in: Jan-Dirk Müller u.a. (Hg.), *Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft*, Bd. 3, Berlin/New York, NY 2003, S. 31–34.

21 Vgl. die Beispiele bei Hermann Rafetseder, *Bücherverbrennungen. Die öffentliche Hinrichtung von Schriften im historischen Wandel*, Wien/Köln/Graz 1988, S. 125 und 163.

22 *Kurtze Nachricht/ Von M. Sebastian Edzards/ Hamburgens. Durch Den Hencker Verbrannten Läster-Schrifften*, [o.O.] 1705, unpag.

23 Johann Heinrich Zedler, *Grosses vollständiges Universal-Lexicon Aller Wissenschafften und Künste* […], Bd. 34, Halle (Saale)/Leipzig 1742, Sp. 860.

24 Vgl. Daniel Bellingradt, »Wenig Papier, viel Aufwand. Öffentliche Bücherverbrennungen der Frühen Neuzeit als materielles Problem«, in: *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte* 16 (2014), S. 28–48, hier S. 37.

25 Louis-Sébastien Mercier, *Paris, ein Gemälde. Zweiter Theil*, verdeutscht v. Bernhard Georg Walch, Leipzig 1783, S. 421 f.

26 Darnton, *Die Zensoren* (wie Anm. 7), S. 80.

27 Mercier, *Paris, ein Gemälde* (wie Anm. 25), S. 413 f.

28 Vgl. Wittmann, *Geschichte des deutschen Buchhandels* (wie Anm. 11), S. 151 f. Dass der *Index* verboten wurde, ist inzwischen in der Forschung umstritten. Vgl. Bachleitner, *Die literarische Zensur in Österreich* (wie Anm. 3), S. 56.

Verbriefen

1 Bei dem *scudo di sole* (= *écu d'or*) handelte es sich um eine Rechenwährung, die auf eine Zahlung im Wert Gold verwies. Es ist eine dreigliedrige Währung: 1 *scudo di sole* = 20 *soldi* = 240 *denari*. Diese Beträge werden angegeben, wenn man sich auf den Transfer von ausgemünztem Edelmetall bezieht.

2 Biblioteca Apostolica Vaticana, Archivio Salviati, no. 300: Giornale e Ricordanze von Alamanno di Iacopo Salviati segnato C (1540–1559), ac. 352.

3 Einführend: Angela Orlandi, *Le Grand Parti. Fiorentini a Lione e il debito pubblico francese nel XVI secolo*, Florenz 2002.

4 »Verbriefung«, in: *Bank-Lexikon. Handwörterbuch für das Geld-, Bank- und Börsenwesen*, Wiesbaden 1988, Bd. 3, S. 1854.

5 Heinrich Lang, *Wirtschaften als kulturelle Praxis. Die Florentiner Salviati und die Augsburger Welser auf den Märkten in Lyon (1507–1559)*, Stuttgart 2020, S. 477–537.

6 Marie-Thérèse Boyer-Xambeu/Ghislain Deleplace/Lucien Gillard, *Private money & public currencies: the 16th century challenge*, Armonk, NY/London 1994.

7 Raymond de Roover, *L'evolution de la lettre de change XIVe-XVIIIe siècles*, Paris 1953; Markus A. Denzel, *Das System des bargeldlosen Zahlungsverkehrs europäischer Prägung vom Mittelalter bis 1914*, Stuttgart 2009.

8 Lang, *Wirtschaften als kulturelle Praxis* (wie Anm. 5), S. 525–533 (dort auch die weiterführende Literatur).

9 Stuart Jenks, *Banken und Finanzkrisen*, Lübeck 2012; Mauricio Drelichman/Hans-Joachim Voth, *Lending to the borrower from hell. Debt, taxes, and default in the age of Philip II*, Princeton, NJ/Oxford 2014.

10 Vgl. Heide Gerstenberger, *Markt und Gewalt. Die Funktionsweise des historischen Kapitalismus*, Münster 2017, S. 79.

11 Ebd., S. 84 ff.

12 Jennifer L. Morgan, »Partus sequitur ventrem: law, race, and reproduction in colonial slavery«, in: *Small Axe* 22.1 (2018), S. 1–17.

13 Vgl. Jonathan Levy, *Ages of American capitalism: a history of the United States*, New York, NY 2021, S. 90.

14 Vgl. Coates Ta-Nehisi, »The case for reparations«, in: *The Atlantic*, June 2014, https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2014/06/the-case-for-reparations/361631, Zugriff: 13.09.2022; William A. Darity Jr./Kirsten A. Mullen, *From here to equality: reparations for Black Americans in the twenty-first century*, Chapel Hill 2020.

15 Jodi A. Byrd u.a., »Predatory value: economies of dispossession and disturbed relationalities«, in: *Social Text* 36.2 (2018), S. 1–18. Vgl. zum Komplex des *racial capitalism* auch: Jan Logemann, »Racial Capitalism: Race als Kategorie der jüngsten U.S. Sozial- und Wirtschaftsgeschichtsschreibung«, in: *H-Soz-Kult*, http://www.hsozkult.de/publicationreview/id/reb-98486, Zugriff: 13.09.2022 (Rezension zu: Destin Jenkins/Justin Leroy (Hg.), *Histories of racial capitalism*, New York, NY 2021; Keeanga-Yamahtta Taylor, *Race for profit: how banks and the real estate industry undermined black homeownership*, Chapel Hill, NC 2019; Marcia Chatelain, *Franchise: the golden arches in Black America*, New York, NY 2021; Walter Johnson, *The broken heart of America: St. Louis and the violent history of the United States*, New York, NY 2020).

16 William Waller Hening, »Virginia Slavery Laws (1630–1670)«, in: Edward E. Baptist/Louis Hyman (Hg.), *American capitalism: a reader*, New York, NY 2017, S. 52–55.

17 »Sales contract between Thomas Jefferson and James Madison for an indentured servant's remaining term, 19. April 1809«, https://www.loc.gov/item/mcc.060, Zugriff: 13.09.2022.
18 Michael Ralph, »Value of life: insurance, slavery, and expertise«, in: Sven Beckert/Christine Desan (Hg.), *American capitalism: new histories*, New York, NY 2019, S. 257–282, hier S. 264.
19 Vgl. Stefan Geißler, »Die Lloyd's List. Information und Risiko in der frühneuzeitlichen Marineversicherung«, in: Eva von Contzen/Tobias Huff/Peter Itzen (Hg.), *Risikogesellschaften. Literatur- und geschichtswissenschaftliche Perspektiven*, S. 115–134, hier S. 119 f.; Tim Armstrong, »Slavery, insurance, and sacrifice in the Black Atlantic«, in: Bernhard Klein/Gesa Mackenthun (Hg.), *Sea changes: historicizing the ocean*, New York, NY 2004, S. 167–186.
20 Vgl. Edward E. Baptist, *The half has never been told: slavery and the making of American capitalism*, New York, NY 2014.
21 Ralph, »Value of life« (wie Anm. 18), S. 267.
22 Edward E. Baptist, »Toxic debt, liar loans, and securitized human beings«, in: Hyman/Baptist, *American capitalism* (wie Anm. 16), S. 204–214, hier S. 208 f.
23 Ebd.
24 Sven Beckert, *Empire of cotton: a global history*, New York, NY 2014.
25 Edward E. Baptist, »Toxic debt, liar loans, collateralized and securitized human beings, and the panic of 1837«, in: Michael Zakim/Gary J. Kornblith (Hg.), *Capitalism takes command: the social transformation of nineteenth-century America*, Chicago, IL 2012, S. 69–92, hier S. 71.
26 Zur historischen Einführung: Bas van Bavel, *The invisible hand? How market economies have emerged and declined since AD 500*, Oxford 2016.
27 Vgl. Richard A. Goldthwaite, »Performance of the Florentine economy, 1494–1512: moneys and accountancy«, in: *Archivio Storico Italiano* 176 (2018), S. 245–274.

Verlosen, verschießen, versteigern

1 *Basler Avisblatt*, Jg. 98, Nr. 26, 29.06.1826, S. 258.
2 Fritz Burckhardt, »Geschichte der botanischen Anstalt in Basel«, in: *Verhandlungen der Naturforschenden Gesellschaft in Basel* 18 (1905), S. 83–118, hier S. 107.
3 Zum Verfall des Treibhauses ebd., S. 109. Burckhardt verweist darauf, dass der damalige Professor für Botanik, Johann Rudolf Burckhardt, bis 1826 gelehrt habe und 1829 gestorben sei: »Zu gleicher Zeit trat der Gärtner Joh. Jak. Koch zurück« (ebd., S. 107). In weiteren Anzeigen in den Folgejahren weist sich Koch als Gärtner des unmittelbar an den Botanischen Garten angrenzenden Markgräfischen Hofes aus.
4 Zur bürgerlichen Begeisterung für Zimmer- und Gartenpflanzen im ausgehenden 18. Jahrhundert: Sophie Ruppel, *Botanophilie. Mensch und Pflanze in der aufklärerisch-bürgerlichen Gesellschaft um 1800*, Göttingen 2019. Zur Ökonomie des Pflanzentauschs und Verkaufs besonders S. 357–370, im Blick auf Basel in den 1820er Jahren auch S. 468–470.
5 *Basler Avisblatt*, Jg. 97, Beilage »Plan einer Pflanzen-Lotterie« vom 20.07.1825.
6 Evelyn Welch, »Lotteries in early modern Italy«, in: *Past & Present* 199 (2008), S. 71–111, bes. S. 100–103, hebt hervor, dass Lotterien und Auktionen mit der Zurschaustellung der zu verlosenden Dinge oder auch Gebäude verbunden waren und so gewissen Zugang und Konsumwissen auch für ein breiteres Publikum jenseits der aktiven Käuferschaft ermöglichten und verbreiteten.

7 Zu Konkurrenz als Situation und Verfahren besonders im frühneuzeitlichen Kontext demnächst: Christina Brauner/Alexander Engel, »Konkurrenz und ihre Grenzen. Debatten – Konzepte – Frageperspektiven«, in: Franziska Neumann/Jorun Poettering/Hillard von Thiessen (Hg.), *Konkurrenzen in der Frühen Neuzeit. Aufeinandertreffen – Übereinstimmung – Rivalität*, Köln [im Erscheinen].

8 Ebd.

9 Vgl. zu Lotterien als Geschäftsmodell und einschlägiger Werbung u.a. Stefan Brakensiek, »Unsicherer Ausgang. Die Geschäftsmodelle von Lotterieunternehmen im 18. Jahrhundert«, in: Markus Bernhardt u.a. (Hg.), *Möglichkeitshorizonte. Zur Pluralität von Zukunftserwartungen und Handlungsoptionen in der Geschichte*, Frankfurt am Main 2018, S. 193–222; Hannie van Goinga, »Lotteries for books in the Dutch Republic in the late 18th century: a new method of marketing«, in: Marieke van Delft/Frank de Glas/Jeroen Salman (Hg.), *New perspectives in book history: contributions from the Low Countries*, Zutphen 2006, S. 100–116. Spezifisch zu Lotterie-Anzeigen siehe Sylvia Bendel, *Werbeanzeigen von 1622–1798. Entstehung und Entwicklung einer Textsorte*, Tübingen 1998, bes. S. 125–128.

10 *Wochentliche duisburgische* […] *Adresse- und Intelligentz-Zettel*, Jahrgänge 1727–1749, wie im Stadtarchiv Duisburg erhalten.

11 Gegenüber den oft obrigkeitlich initiierten, teils karitativen Lotterien zur Erhebung von Kapital zu Finanzierungszwecken geraten Warenlotterien oft in den Hintergrund der Betrachtung, am besten erforscht sind hier Kunstlotterien; vgl. Henry Sampson, *A history of advertising: from the earliest times*, London 1874, S. 422–474 (Kap. XVI: Lotteries and lottery insurance); Bruno Bernard/Hans Devisscher, *Lotteries in Europe: five centuries of history*, Gent 1994; Neil De Marchi, »The role of Dutch auctions and lotteries in shaping the art market(s) of 17th century Holland«, in: *Journal of Economic Behavior & Organization* 28.2 (1995), S. 203–221; Welch, »Lotteries in early modern Italy« (wie Anm. 6), S. 71–111; Sophie Raux, *Lotteries, art markets, and visual culture in the Low Countries: 15th – 17th centuries*, Leiden 2018. Speziell zu Lotterien im 18. und frühen 19. Jahrhundert: Edith Saurer, *Straße, Schmuggel, Lottospiel. Materielle Kultur und Staat in Niederösterreich, Böhmen und Lombardo-Venetien im frühen 19. Jahrhundert*, Göttingen 1989; Matthias Müller, *Das Entstehen neuer Freiräume. Vergnügen und Geselligkeit in Stralsund und Reval im 18. Jahrhundert*, Wien 2019.

12 *Basler Avisblatt*, Jg. 98, Nr. 22, 01.06.1826, S. 211.

13 *Der aufrichtige und wohlerfahrne Schweizer-Bote*, Jg. 22, Nr. 34, 25.08.1825, S. 271.

14 *Basler Avisblatt*, Jg. 115, Nr. 76, 27.06.1843, S. 388.

15 Ebd.

16 *Basler Avisblatt*, Jg. 116, Nr. 42, 06.04.1844, S. 213.

17 Ebd., Nr. 46, 16.04.1844, S. 238.

18 Vgl. auch Hildegard Mannheims/Peter Oberem, *Versteigerung. Zur Kulturgeschichte der Dinge aus zweiter Hand. Ein Forschungsbericht*, Münster u.a. 2003, insbes. zum Verfahren im Rheinland des 19. Jahrhunderts.

19 Vgl. Jean-Dominique Delle Luche, »Sportliches Engagement und städtischer Wettbewerb. Schützenfeste als Ausdruck der Konkurrenz im Heiligen Römischen Reich«, in: Julia A. Schmidt-Funke/Matthias Schnettger (Hg.), *Neue Stadtgeschichte(n). Die Reichsstadt Frankfurt im Vergleich*, Bielefeld 2018, S. 369–398. Die Geld- und Sachpreise für das Wettschießen sowie die Teilnahmebedingungen und Preise für die aus diesem Anlass veranstalteten »Glückstöpfe« wurden bereits seit dem 15. Jahrhundert in Einblattdrucken beschrieben und bekanntgemacht; dazu Marcus Ostermann, »Vmb kurczweil vnd schiessens willen. Zu den gedruckten

Schützenbriefen des 15. Jahrhunderts«, in: Falk Eisermann u.a. (Hg.), *Einblattdrucke des 15. und frühen 16. Jahrhunderts. Probleme, Perspektiven, Fallstudien*, Tübingen 2000, S. 397–443.

20 *Basler Avisblatt*, Jg. 3, Nr. 7, 12.02.1732, S. 16.

21 Ebd., Nr. 8, 19.02.1732, S. 18.

22 *Duisburger Intelligentz-Zettel*, Jg. 10, Anhang zu Nr. 42, 16.10.1736.

23 »Frankfurter Frag- und Anzeigungs-Nachrichten, 25.07.1727«, in: Maria Belli-Gontard (Hg.), *Leben in Frankfurt am Main. Auszüge der Frag- und Anzeigungs-Nachrichten von ihrer Entstehung an im Jahr 1722 bis 1821*, Bd. 1: *Vom Jahre 1722 bis 1731*, Frankfurt am Main 1850, S. 82 f.

24 *Duisburger Intelligentz-Zettel*, Jg. 10, Nr. 29, 17.07.1736: Bei der Verspielung eines braunen Wallachs in Duisburg hatten »diejenige[n] Liebhaber so alsdann dabey praesent, [...] 4. Rthlr zu verzehren«.

25 Vgl. dazu Van Goinga, »Lotteries for books« (wie Anm. 9); Franz Stephan Pelgen u.a. (Hg.), *Bücherlotterien des 18. Jahrhunderts*, Roßdorf 2008.

26 Handzettel datiert auf den 27.09.1775, überliefert in Stadtarchiv Wesel, A1, Caps. 173, 6: »Acta die Lotterie von Berliner Porcellain derer Gebrüder Benedix und Levi Isaac betr., 1775/6«, fol. 15. Die klevische Kriegs- und Domänen-Kammer hatte die Lotterien im Sommer 1775 genehmigt, da dies »den Debit der Berliner Porcellain Manufactur mit befördert«: Kriegs- und Domänenkammer Kleve an den Magistrat der Stadt Wesel, dd. 21.07.1775, fol. 1; die Eingabe der Isaacs vom 14.07.1775 (Kopie), ebd., fol. 2. – Zu der keineswegs immer freiwilligen Rolle von Juden beim Absatz der Berliner Porzellan-Manufaktur in dieser Zeit vgl. Tobias Schenk (Hg.), *Das »Judenporzellan«. Eine kommentierte Quellenpräsentation zur Rechts- und Sozialgeschichte der Juden im friderizianischen Preußen (1769–1788)*, 2. Aufl., [o.O.] 2014.

27 *Basler Avisblatt*, Jg. 45, Nr. 42, 21.10.1773, S. 338.

28 Christian Ludewig von Griesheim, »Kurtze Erinnerungen von Commerce-Lotterien«, in: *Leipziger Sammlungen von allerhand zum land- und stadt-wirthschafftlichen Policey-, Finanz- und Cammer-Wesen dienlichen Nachrichten, Anmerckungen, Begebenheiten, Versuchen, Vorschlägen, neuen und alten Anstalten, Erfindungen, Vortheilen, Fehlern, Künsten, Wissenschaften und Schriften: wie auch von denen in diesen so nützlichen Wissenschaften und Uebungen wohlverdienten Leuten*, 128. Stück, 1755, S. 742–747, hier S. 743.

29 Ebd., S. 744.

30 Siehe dazu auch Michaela Fenske, *Marktkultur in der Frühen Neuzeit. Wirtschaft, Macht und Unterhaltung auf einem städtischen Jahr- und Viehmarkt*, Köln 2006, S. 115–137.

31 Vgl. etwa die außerordentlich negative Bewertung im Art. »Glücks=Bude«, in: Johann Georg Krünitz (Hg.), *Oeconomische Encyclopädie oder allgemeines System der Land-, Haus- und Staats-Wirthschaft*, Bd. 19, Berlin 1780, S. 211–219.

32 Griesheim, »Kurtze Erinnerungen von Commerce-Lotterien« (wie Anm. 28), S. 744.

33 Alle Zitate: Paul Jacob Marperger, *Montes Pietatis, Oder Leyh-Assistentz und Hülffs-Häuser, Lehn-Banquen und Lombards* [...]. *Neue verbesserte Auflage*, hg. von Johann Heinrich Gottlob von Justi, Leipzig/Ulm 1760, S. 373. Die erste Ausgabe erschien 1715.

34 Auch in der laufenden Revision und berechtigten Kritik älterer Revolutionsnarrative liegt der Fokus vor allem auf dem Einzelhandelsgeschäft; vgl. u.a. Jon Stobart/Andrew Hann, »Retailing revolution in the eighteenth century? Evidence from North-West England«, in: *Business History* 46 (2004), S. 171–194; Nancy Cox/Karin Dannehl, *Perceptions of retailing in early modern England*, Aldershot/Burlington, VT 2007, bes. Kap. 7, S. 145–166; Ilja Van Damme, »Reinterpreting shopping in the Enlightenment: retail practices, consumer experiences, governance, history of retailing and consumption«, in: *History of Retailing and Consumption* 5 (2019), S. 195–204.

Lotterien, Auktionen, aber auch Jahrmärkte etc. haben in dieser Debatte um die Entstehung von »shopping as social and leisure activity« hingegen bislang wenig Aufmerksamkeit gefunden.

Zugang finden

1 Zentrale Quelle zur Expedition ist der Reisebericht »Roteiro«, den vermutlich Álvaro Velho verfasste. Eine englische Edition bietet E. G. Ravenstein (Hg.), *A Journal of the first voyage of Vasco Da Gama*, London 1898. Vgl. die kommentierte Zusammenfassung von Roger Crowley, *Conquerors: how Portugal forged the first global empire*, London 2016, S. 75–91.

2 Zur Prüfung der Geschenke und Waren, »Roteiro«, S. 60 f.

3 Michael N. Pearson, »Markets and merchant communities in the Indian Ocean«, in: Francisco Bethencourt/Diogo Ramada Curto (Hg.), *Portuguese oceanic expansion, 1400–1800*, Cambridge 2007, S. 88–108, zu Calicut S. 92–94.

4 »Roteiro«, S. 48 f.; vgl. die vergleichende Analyse von Begegnungssituationen in der portugiesischen kolonialen Expansion: Anthony Disney, »Portuguese expansion, 1400–1800: encounters, negotiations, and interactions«, in: Bethencourt/ Curto, *Portuguese oceanic expansion* (wie Anm. 3), S. 283–313, bes. S. 285 f.

5 Hier zitiert nach der auszugsweisen deutschen Edition des Roteiro in: Matthias Meyn u.a. (Hg.), *Dokumente zur Geschichte der europäischen Expansion*, Bd. 2: *Die großen Entdeckungen*, München 1984, S. 136.

6 »Roteiro«, S. 61–63.

7 Ebd., S. 67–69.

8 Ebd., S. 69 f.

9 Ebd., S. 70 f.

10 Ebd., S. 70–75.

11 Zur Folgeexpedition Crowley, *Conquerors* (wie Anm. 1), S. 101–117.

12 Vgl. Stuart B. Schwartz, »The economy of the Portuguese Empire«, in: Bethencourt/Curto, *Portuguese oceanic expansion* (wie Anm. 3), S. 19–39, bes. S. 26–30; Reinhardt Wendt, *Vom Kolonialismus zur Globalisierung. Europa und die Welt seit 1500*, 2. Aufl. Paderborn 2016, S. 44–46; zur Übersicht: Antonio Henrique Oliveira de Marques, *Geschichte Portugals und des portugiesischen Weltreichs*, Stuttgart 2001, S. 134–183; Rene J. Barendse, *The Arabian seas: the Indian Ocean world of the seventeenth century*, Armonk 2002.

13 Philippe Beaujard, *The worlds of the Indian Ocean: a global history, from the seventh century to the fifteenth century CE*, Bd. 2, Cambridge 2019, bes. Kap. 21, S. 602–616; hier 605–609.

14 Eugen Ehmann, *Markt und Sondermarkt. Zum räumlichen Geltungsbereich des Marktrechts im Mittelalter*, Nürnberg 1987, S. 188–240.

15 Max Weber, *Wirtschaft und Gesellschaft. Soziologie. Unvollendet. 1919–1920*: Max Weber-Studienausgabe, Bd. I/23, hg. von Knut Borchardt, Edith Hanke und Wolfgang Schluchter, Tübingen 2014, S. 42 f.; ders., »Marktgemeinschaft«, in: ders., *Wirtschaft und Gesellschaft, Gemeinschaften*: Max Weber-Studienausgabe, Bd. I/22-1, hg. von Wolfgang J. Mommsen mit Michael Meyer, Tübingen 2000, S. 54–57.

16 Patrik Aspers, *Märkte*, Wiesbaden 2015, S. 20 f.; Erik G. Furubotn/Rudolf Richter, *Institutions and economic theory: the contribution of the new institutional economics*, 2. Aufl., Ann Arbor, MI 2005, S. 314–316.

17 Der Impuls zur Debatte mit und um den Begriff des Kriegskapitalismus ging aus von: Sven Beckert, *King Cotton. Eine Geschichte des globalen Kapitalismus*, München 2014.

18 Vgl. Eva Brugger, »The ›destroyer of trade‹, ›our good and dear Inhabitants‹, and ›all persons of what quality or nation however they may be‹: early modern colonial market culture«, in: Julia Bruch/Ulla Kypta/Tanja Skambrak (Hg.), *Markets and their actors in the late Middle Ages*, Berlin 2021, S. 101–120; sowie Janny Venema, *Beverwijck: a Dutch village on the American Frontier, 1652–1664*, Verloren 2003.

19 New York Historical Manuscripts Dutch: Volumes GG, HH& II. Land Papers, hg. und übersetzt von Charles T. Gehring, New York 1980, S. 2 f.

20 Jaap Jacob, *The colony of New Netherland: a Dutch settlement in seventeenth-century*, Ithaca, NY 2009; Eric Dolin, *Fur, fortune, and empire: the epic history of the fur trade in America*, New York, NY 2010.

21 Eva Brugger, »Dealing with uncertainty: the practice of projecting and the colony New Netherland (1609–1664)«, in: Erika Vause/Chia Yin Hsu/Thomas Luckett (Hg.), *The cultural life of risk and innovation: imaging new markets from seventeenth century to the present*, New York, NY 2020, S. 23–42.

22 Entsprechende Überlegungen finden sich bereits bei Weber, »Marktgemeinschaft« (wie Anm. 15).

23 Ann M. Carlos/Frank D. Lewis, *Commerce by a frozen sea*, Philadelphia, PA 2010; dies., »Native Americans and exchange. Strategies and interactions before 1800«, in: Larry Neal (Hg.), *The Cambridge history of capitalism*, Bd. 1: *The rise of capitalism from ancient origins to 1848*, Cambridge 2014, S. 455–490.

24 Ann M. Carlos/Frank D. Lewis, »Trade, consumption, and the Native economy: lessons from York Factory, Hudson Bay«, in: *Journal of Economic History* 61.4 (2001), S. 1037–1064. Carlos und Lewis beziehen sich hier auf anthropologische Überlegungen aus den 1970er Jahren; siehe Arthur J. Ray, »Indians as consumers in the eighteenth century«, in: Carol M. Judd/ders. (Hg.), *Old trails and new directions: papers of the Third North American Fur Trade Conference*, Toronto 1980, S. 255–271.

Zwei Mosaike und eine Reflexion

1 Gustav Cohn, »Ueber Differenzgeschäfte«, in: ders. (Hg.), *Volkswirtschaftliche Aufsätze*, Stuttgart 1882, S. 669–704, hier S. 678.

2 Ebd., S. 676.

3 Ebd.

4 Ebd., S. 677.

5 Ebd.

6 Ebd., S. 678.

7 Ebd., S. 677 f.

8 Vgl. Achim Landwehr, *Die anwesende Abwesenheit der Vergangenheit. Essay zur Geschichtstheorie*, Frankfurt am Main 2016, und ders., *Diesseits der Geschichte. Für eine andere Historiographie*, Göttingen 2020, S. 239–265, hier S. 245: »Das ist die unweigerliche Paradoxie, in die sich jede Form kultureller Zeit hineinbegibt: Sie bezieht sich auf eine Vergangenheit oder eine Zukunft, obwohl da gar nichts ist, worauf man sich beziehen kann. Sie bezieht sich auf abwesende Wirklichkeiten, die wesentlich dadurch gekennzeichnet sind, nicht (mehr) wirklich zu sein«.

9 Siegfried Kracauer, »Die Angestellten«, in: ders., *Soziologie als Wissenschaft. Der Detektiv-Roman. Die Angestellten*, hg. von Inka Mülder-Bach, Frankfurt am Main 2006, S. 211–310, hier S. 222.
10 Ulla Kypta, »How to study the premodern market: the concept of market exchange«, in: Tanja Skambraks/Julia Bruch/Ulla Kypta (Hg.), *Markets and their actors in the late Middle Ages*, Berlin/Boston, MA 2021, S. 7–25.
11 Zur Frage von Preisbildung, Konkurrenz und Auktionen siehe auch Christiane Eisenberg, »Auktionen und die Erfahrung der Konkurrenz als Marktmechanismus. Betrachtungen zur britischen Wirtschafts- und Kulturgeschichte des 18. Jahrhunderts«, in: Ralph Jessen (Hg.), *Konkurrenz in der Geschichte. Praktiken – Werte – Institutionalisierungen.* Frankfurt am Main/New York, NY 2014, S. 229–260.
12 Léon Walras, *Die Preisbestimmung der wirthschaftlichen Güter. Vier Denkschriften*, Stuttgart 1881, S. 5.
13 Ebd.
14 Ebd., S. 33.
15 Diese Möglichkeit führte der polnische Ökonom Oskar Lange in den 1930er Jahren im Rahmen der sogenannten »Socialist calculation debate« ins Feld. Unter Volkswirt:innen war umstritten, ob eine Zentralverwaltungswirtschaft das Problem lösen könne, die Knappheits- und relativen Wertverhältnisse von Ressourcen in einer Volkswirtschaft zu bestimmen, so wie es die freie Preisbildung für Marktwirtschaften leiste. Die relativen Wertverhältnisse von Ressourcen zu kennen, ist essenziell für Kostenrechnungen, ohne die ökonomische Entscheidungen nicht rational getroffen werden können. Lange argumentierte, die zentrale Planungsbehörde könne theoretisch das von Léon Walras hergeleitete Gleichungssystem aufstellen und lösen. Damit wiederum könne sie die optimalen Preise der einzelnen Güter einer Volkswirtschaft präziser bestimmen, als es in einer Marktwirtschaft mit ihren unausweichlichen Marktineffizienzen je möglich sei. Friedrich August von Hayek hielt dieser performativen Wendung der Walrasianischen Gleichgewichtstheorie entgegen, das Problem sei nicht die Lösung, sondern das Aufstellen der Gleichungen: Die Marktwirtschaft sei in der Informationsallokation, in Gestalt einer Echtzeit-Kommunikation von Knappheiten über Preissignale, einer Planwirtschaft grundsätzlich überlegen: Oskar Lange, »On the economic theory of socialism«, in: *The Review of Economic Studies* 4.1 (1936), S. 53–71, und 4.2 (1937), S. 123–142; Friedrich August Hayek, »The use of knowledge in society«, in: *The American Economic Review* 35.4 (1945), S. 519–530.
16 John Stuart Mill, *Essays on some unsettled questions of political economy*, Bd. 5: *On the definition of political economy and method of investigation proper to it*, London 1844, S. 67.
17 Milton Friedman, »The methodology of positive economics«, in: ders., *Essays in positive economics*, Chicago 1953, S. 3–43, hier S. 14 f.
18 Zu politischen Grundsatzentscheidungen, bestimmte gesellschaftliche Bereiche durch Einführung von Marktprinzipien zu ›ökonomisieren‹, vgl. Uwe Schimank/Ute Volkmann, *Das Regime der Konkurrenz. Gesellschaftliche Ökonomisierungsdynamiken heute*, Weinheim 2017. Zur bewussten Ausgestaltung von Einzelmärkten – sei es für Derivate oder Erdbeeren – auf Basis von Marktmodellen: Donald MacKenzie, *An engine, not a camera: how financial models shape markets*, Cambridge, MA 2006; Marie-France Garcia-Parpet, »The social construction of a perfect market: the strawberry auction at Fontaines-en-Sologne«, in: Donald MacKenzie/Fabian Muniesa/Lucia Siu (Hg.), *Do economists make markets? On the performativity of economics*, Princeton, NJ 2008, S. 20–53. Mit der Verleihung des Alfred-Nobel-Gedächtnispreises für Wirtschaftswissenschaften an Robert Wilson und Paul Milgrom im Jahr 2020 wurden im Übrigen zwei Ökonomen für Arbeiten ausgezeichnet, die auf ein verbessertes Design von Auktionsmärkten zielen und auch praktisch wirksam wurden.

19 Grundsätzlich zu dieser Frage demnächst Christina Brauner/Alexander Engel, »Konkurrenz und ihre Grenzen. Debatten – Konzepte – Forschungsperspektiven«, in: Franziska Neumann/Jorun Poettering/Hillard von Thiessen (Hg.), *Konkurrenzen in der Frühen Neuzeit. Aufeinandertreffen – Übereinstimmung – Rivalität*, Köln [im Erscheinen].

20 Karl Polanyi, *The Great Transformation*, New York, NY 1944.

21 Mark Granovetter, »Economic action and social structure: the problem of embeddedness«, in: *American Journal of Sociology* 91.3 (1985), S. 481–510. Zum Konzept und seiner Genealogie aus geschichtswissenschaftlicher Perspektive vgl. Christof Dejung, »Einbettung«, in: ders./Monika Dommann/Daniel Speich Chassé (Hg.), *Auf der Suche nach der Ökonomie. Historische Annäherungen*, Tübingen 2014, S. 47–71.

22 Karl Bücher, »Die Entstehung der Volkswirthschaft«, in: ders., *Die Entstehung der Volkswirthschaft. 6 Vorträge*, Tübingen 1893, S. 1–78.

23 Vgl. inzwischen klassisch Theodore R. Schatzki/Karin Knorr Cetina/Eike von Savigny (Hg.), *The practice turn in contemporary theory*, London/New York, NY 2001; für die geschichtswissenschaftliche Theoriedebatte vgl. Sven Reichardt, »Praxeologische Geschichtswissenschaft. Eine Diskussionsanregung«, in: *Sozial.Geschichte* 22 (2007), S. 46–65; Dagmar Freist, »Historische Praxeologie als Mikro-Historie«, in: Arndt Brendecke (Hg.), *Praktiken der Frühen Neuzeit. Akteure, Handlungen, Artefakte*, Köln/Weimar/Wien 2015, S. 62–77; Marian Füssel, »Praktiken historisieren. Geschichtswissenschaft und Praxistheorie im Dialog«, in: Franka Schäfer/Anna Daniel/Frank Hillebrandt (Hg.), *Methoden einer Soziologie der Praxis*, Bielefeld 2015, S. 267–287; Lucas Haasis/Constantin Rieske, »Historische Praxeologie. Zur Einführung«, in: dies. (Hg.), *Historische Praxeologie. Dimensionen vergangenen Handelns*, Paderborn 2015, S. 7–53; Thomas Mergel/Sven Reichardt, »Praxeologie in der Geschichtswissenschaft: eine Zwischenbetrachtung«, in: Gleb J. Albert/Daniel Siemens/Frank Wolff (Hg.), *Entbehrung und Erfüllung. Praktiken von Arbeit, Körper und Konsum in der Geschichte moderner Gesellschaften. Für Thomas Welskopp 1961–2021*, Bonn 2021, S. 79–102; für Anwendungsbeispiele vgl. etwa Annika Raapke, »›In Gelb!‹ Selbstentwürfe eines Mannes im Fieber«, in: Dagmar Freist (Hg.), *Diskurse, Körper, Artefakte. Historische Praxeologie in der Frühneuzeitforschung*, Bielefeld 2015, S. 241–263; Anne Mariss, »Für's Kabinett. Mineraliensammeln als wissenschaftliche Praxis im 18. Jahrhundert«, in: Haasis/Rieske, »Historische Praxeologie« (wie in dieser Anm. oben), S. 89–104; Tim Neu, »Die Ambivalenz der Aneignung. Möglichkeiten und Grenzen diskursiven Handelns in vormodernen Verfassungskonflikten«, in: ebd., S. 55–62; und im Überblick Marian Füssel, »Praxeologische Perspektiven in der Frühneuzeitforschung«, in: Brendecke, *Praktiken der Frühen Neuzeit* (wie in dieser Anm. oben), S. 21–33.

24 Füssel, »Praktiken historisieren« (wie Anm. 23), S. 274.

25 Tim Neu, »Geld gebrauchen. Frühneuzeitliche Finanz-, Kredit- und Geldgeschichte in praxeologischer Perspektive«, in: *Historische Anthropologie* 27.1 (2019), S. 75–103, hier S. 86 f.

26 Alle vier Faktoren werden erwähnt von Hilmar Schäfer, »Einleitung. Grundlagen, Rezeption und Forschungsperspektiven«, in: ders. (Hg.), *Praxistheorie. Ein soziologisches Forschungsprogramm*, Bielefeld 2016, S. 9–25, hier S. 13, und Andreas Reckwitz, »Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken. Eine sozialtheoretische Perspektive«, in: *Zeitschrift für Soziologie* 32.4 (2003), S. 282–301. Robert Schmidt, *Soziologie der Praktiken. Konzeptionelle Studien und empirische Analysen*, Berlin 2012, S. 51–69, nennt explizit Materialität, Zeitlichkeit und Körperlichkeit; vgl. auch Freist, »Historische Praxeologie« (wie Anm. 23), S. 62 (»Körperlichkeit, Materialität«) und S. 69 (»Temporalität und Situativität«); Mergel/Reichardt, »Praxeologische Geschichtswissenschaft« (wie Anm. 23), S. 48: »Die Praxistheorie betont sowohl die *Körperlichkeit der Praktiken* als auch die

Bedeutung der *Materialität der Dinge und Artefakte* für soziale Praktiken«. (Hervorhebung im Original).

27 Vgl. Schäfer, »Einleitung« (wie Anm. 26), S. 11; Theodore R. Schatzki, »Praxistheorie als flache Ontologie«, in: Schäfer, *Praxistheorie* (wie Anm. 26), S. 29–44, S. 30; Schmidt, *Soziologie der Praktiken* (wie Anm. 26), S. 24: »Das Soziale ist demnach wesentlich und allererst ein Beziehungsgefüge situierter Praktiken«. Die daran anschließende Frage, ob das Soziale (und damit auch das Historische) ›wirklich‹ als Praktikengefüge konstituiert ist oder es ›nur‹ aus heuristischen Gründen als solches perspektiviert wird, ist für Historiker:innen nicht weiterführend, weil sie zwar interessant, aber aus erkenntnistheoretischen Gründen nicht entscheidbar ist. Für die Akteur-Netzwerk-Theorie, die zur Familie der Praxistheorien gehört, stellt sich die Frage nicht einmal, da der Unterschied zwischen Dingen (Ontologie) und Darstellungen (Epistemologie) aufgehoben ist: Die Beschreibung als Akteur-Netzwerk trägt damit performativ zur seinsmäßigen Konstitution als Akteur-Netzwerk bei und andersherum; vgl. John Law, »Akteur-Netzwerk-Theorie und materiale Semiotik«, in: Tobias Conradi/Heike/Florian Muhle (Hg.), *Strukturentstehung durch Verflechtung. Akteur-Netzwerk-Theorie(n) und Automatismen*, Paderborn 2011, S. 21–48, hier S. 43, und Bruno Latour, *Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft*, Frankfurt am Main 2002, S. 36–95, hier besonders S. 70, wo dies aus dem Konzept der ›zirkulierenden Referenz‹ folgt.

28 In einem Aufsatz, der jüngst in einem Band zum Thema *Praxeologie in der Historischen Bildungsforschung* erschien, heißt es dazu: »Man kann generell konstatieren, dass kulturhistorische und insbesondere als historisch anthropologisch explizierte Forschungskonzepte das Handeln der Menschen und damit (soziale) Praxis ins Zentrum stellen«. Und von dieser Grundlage ausgehend heißt es weiter: »Ich definiere eine Praktik als eine Handlung, die von den Forschenden wiederholt gleich beobachtet, also gleich kontextuell interpretiert werden kann«: Adrian Juen, »Von Heizung und Hund. Hauswarte an Zürcher Lehrerinnen- und Lehrerseminaren um 1900«, in: Andreas Hoffman-Ocon/Andrea De Vincenti/Norbert Grube (Hg.), *Praxeologie in der Historischen Bildungsforschung. Möglichkeiten und Grenzen eines Forschungsansatzes*, Bielefeld 2020, S. 53–80, hier S. 54 und 56.

29 So schon bei Ernst Bernheim, *Lehrbuch der historischen Methode und der Geschichtsphilosophie. Mit Nachweis der wichtigsten Quellen und Hilfsmittel zum Studium der Geschichte*, 3. und 4. Aufl., Leipzig 1903, S. 6: »Die Geschichtswissenschaft ist die Wissenschaft, welche die Thatsachen der Entwicklung des Menschen in ihren (singulären wie typischen und kollektiven) Bethätigungen als sociale Wesen im kausalen Zusammenhange erforscht und darstellt«. Vgl. auch Marian Füssel, »Die Rückkehr des ›Subjekts‹ in der Kulturgeschichte. Beobachtungen aus praxeologischer Perspektive«, in: Stefan Deines/Stephan Jaeger/Ansgar Nünning, *Historisierte Subjekte – Subjektivierte Historie. Zur Verfügbarkeit und Unverfügbarkeit von Geschichte*, Berlin/New York, NY 2003, S. 141–159.

30 ›Wirkungsmacht‹ wird hier, Gustav Roßler folgend, als Übersetzung von *agency* verwendet; vgl. ders., »Nachwort des Übersetzers«, in: Andrew Pickering, *Kybernetik und Neue Ontologien*, Berlin 2007, S. 178–184.

31 Stefan Hirschauer, »Verhalten, Handeln, Interagieren. Zu den mikrosoziologischen Grundlagen der Praxistheorie«, in: Schäfer, *Praxistheorie* (wie Anm. 26), S. 46–67, hier S. 60.

32 Vgl. ebd., S. 66; Schmidt, *Soziologie der Praktiken* (wie Anm. 26), S. 41, Anm. 39; Neu, »Geld gebrauchen« (wie Anm. 25), S. 87. Von der Teilnehmer-Konzeption aus lässt sich dann auch der Subjektbegriff neu bestimmen, vgl. Thomas Alkemeyer, »Subjektivierung in sozialen Praktiken. Umrisse einer praxeologischen Analytik«, in: ders./Gunilla Budde/Dagmar Freist (Hg.), *Selbst-*

Bildungen. Soziale und kulturelle Praktiken der Subjektivierung, Bielefeld 2013, S. 33–68, hier S. 35, Anm. 14.

33 Vgl. Jörg Dötsch, »Der Primat des Abstrakten. Überlegungen zu Prozessen der Selbstreferenz auf Märkten«, in: *Ordo* 64.1 (2013), S. 53–78.

34 Reckwitz, »Grundelemente« (wie Anm. 26), S. 298.

35 Haasis/Rieske, »Historische Praxeologie« (wie Anm. 23), S. 20 und 35; im Anschluss an Philipp Sarasin, »Subjekte, Diskurse, Körper. Überlegungen zu einer diskursanalytischen Kulturgeschichte«, in: Wolfgang Hardtwig/Hans-Ulrich Wehler (Hg.), *Kulturgeschichte heute*, Göttingen 1996, S. 131–164, hier S. 145; vgl. auch die mehrfachen Bezugnahmen auf Reckwitz in Freist, »Historische Praxeologie« (wie Anm. 23); Füssel, »Praktiken historisieren« (wie Anm. 23); Mergel/Reichardt, »Praxeologische Geschichtswissenschaft« (wie Anm. 23).

36 Freist, »Historische Praxeologie« (wie Anm. 23), S. 72–74.

37 Vgl. Füssel, »Praktiken historisieren« (wie Anm. 23), S. 278: »Die praxeologische Vorgehensweise bevorzugt die mikrohistorische Fallstudie, in der Kulturgeschichtsschreibung eng mit dem Begriff der ›dichten Beschreibung‹ im Anschluss an Clifford Geertz verknüpft ist«. Gemeint ist Clifford Geertz, *Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*, Frankfurt am Main 1987. Damit ist gerade nicht gesagt, dass eine so verstandene Praxeologie, ebenso wie schon die Mikro-Historie, nicht auch auf makroanalytische Erkenntnisse zielen würde, im Gegenteil; vgl. Hans Medick, »Quo vadis Historische Anthropologie? Geschichtsforschung zwischen Historischer Kulturwissenschaft und Mikro-Historie«, in: *Historische Anthropologie* 9 (2001), S. 78–92, hier S. 88, und Freist, »Historische Praxeologie« (wie Anm. 23), S. 74.

38 Bruno Latour, *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie*, Frankfurt am Main 2007, S. 258; vgl. auch weiterführend Tim Neu, »ANT als geschichtswissenschaftlicher Ansatz, oder: Kurzreiseführer für eine flache Wirklichkeit voller Assoziationen, Handlungsträger und Textlabore«, in: Marian Füssel/ders. (Hg.), *Akteur-Netzwerk-Theorie und Geschichtswissenschaft*, Paderborn 2021, S. 27–72.

39 Schatzki, »Praxistheorie als flache Ontologie« (wie Anm. 27), S. 32 und 35.

40 Vgl. Michel Callon/Bruno Latour, »Unscrewing the big Leviathan: how actors macro-structure reality and how sociologists help them to do so«, in: Karin Knorr-Cetina/Aaron Victor Cicourel (Hg.), *Advances in social theory and methodology: toward an integration of micro- and macro- sociologies*, Boston, MA 1981, S. 277–303, hier S. 280; vgl. auch Latour, *Eine neue Soziologie* (wie Anm. 39), S. 315 f., und Debora Gerstenberger/Joël Glasman, »Globalgeschichte mit Maß. Was Globalhistoriker von der Akteur-Netzwerk-Theorie lernen können«, in: dies. (Hg.), *Techniken der Globalisierung. Globalgeschichte meets Akteur-Netzwerk-Theory*, Bielefeld 2016, S. 11–40, die ebenfalls für die praktische Gemachtheit der Maßstäbe plädieren.

41 Schatzki, »Praxistheorie als flache Ontologie« (wie Anm. 27), S. 34. ›Arrangements‹ sind für Schatzki »Verbindungen von Menschen, Organismen, Artefakten und natürlichen Dingen« (ebd., S. 33). Wir würden eher davon sprechen, dass es sich um dauerhaftere Elemente von Praktiken handelt.

42 Vgl. Aaron Sahr, *Das Versprechen des Geldes. Eine Praxistheorie des Kredits*, Hamburg 2017, S. 120–125, hier S. 124: »Transsituative soziale Zusammenhänge sind nicht mehr als eben größere Zusammenhänge, sie können ebenso real sein wie Mikrosituationen und müssen und können deswegen nicht stets auf kleinere Komponenten, etwa kleinere Bündel, dann Praxen und zuletzt einzelne, singuläre Handlungen bzw. Praktiken, zurückgeführt werden«.

43 ›Verteilt‹ ist hier gemeint im Sinne von Edwin Hutchins, *Cognition in the wild*, Cambridge, MA/London 1995. Ausführlich hierzu Anm. 10 in der Einleitung dieses Buches.

44 »Extracts from Dorothy Wordworth's journal of a tour on the continent, 1820«, in: *Journals of Dorothy Wordsworth*, hg. von William Knight, Bd. 2, London 1897, S. 161–259, hier S. 176.

45 Ebd., S. 175 f.

Forschungen aus dem Netzwerk

Asmussen, Tina, »Affective projecting: the promising futures of mining and inland navigation in Braunschweig-Lüneburg«, in: Anne Goldgar/Inger Leemans (Hg.), *Knowledge and the market: affective economies*, London 2021, S. 87–111.

Asmussen, Tina, »The Kux as a site of mediation: economic practices and material desires in the early modern German mining industry«, in: Susanna Burghartz/Lucas Burkart/Christine Göttler (Hg.), *Sites of mediation – connected histories of places, processes, and objects in Europe and beyond, 1450–1650*, Leiden 2016, S. 159–182.

Brauner, Christina, »Recommendation und Reklame. Niederrheinische Brandspritzenmacher und Praktiken der Werbung in der Frühen Neuzeit«, in: *Zeitschrift für historische Forschung* 46.1 (2019), S. 1–45.

Brauner, Christina/Engel, Alexander, »Konkurrenz und ihre Grenzen. Debatten – Konzepte – Frageperspektiven«, in: Franziska Neumann/Jorun Poettering/Hillard von Thiessen (Hg.), *Konkurrenzen in der Frühen Neuzeit. Aufeinandertreffen – Übereinstimmung – Rivalität*, Köln [im Erscheinen].

Brauner, Christina, »Der Ruf der Liste. Gesundbrunnen und ihre Gäste zwischen Verwaltungspraxis und Werbekommunikation«, in: Elizabeth Harding/Joëlle Weiß (Hg.), *Objekt:Listen. Medialität von Dingverzeichnissen in der Frühen Neuzeit*, Köln u.a. [in Vorbereitung].

Brauner, Christina, »Global goods, familiar strangers, and some local knowledge of the world«, in: dies. u.a. (Hg.), *Encountering the global in early modern Germany* [in Vorbereitung].

Brauner, Christina, »Quell der Hoffnung: Frühneuzeitliche Gesundbrunnen zwischen Gesundheit, Gemeinwohl und Geschäftsmodell«, in: *Hoffnung handeln. Ein Frühneuzeitblog*, hg. vom DHI Paris, URL: https://hoffnungfnz.hypotheses.org/791, Zugriff: 13.09.2022.

Brugger, Eva, »Dealing with uncertainty: the practice of projecting and the colony New Netherland (1609–1664)«, in: Erika Vause/Chia Yin Hsu/Thomas Luckett (Hg.), *The cultural life of risk and innovation: imaging new markets from seventeenth century to the present*, New York, NY 2020, S. 23–42.

Brugger, Eva, »The ›destroyer of trade‹, ›our good and dear Inhabitants‹, and ›all persons of what quality or nation however they may be‹: early modern colonial market culture«,

in: Julia Bruch/Ulla Kypta/Tanja Skambrak (Hg.), *Markets and their actors in the late Middle Ages*, Berlin 2021, S. 101–120.

Brugger, Eva, »Sewantketten und Castorhüte. Gebrauchspraktiken von Geld und Mode in der Kolonie Nieuw Nederland«, in: *Traverse* 2021/01, S. 61–78.

Brugger, Eva, »Baumwollballen und Brottrager. Effekte des globalen Kapitalismus in Zürich«, in: Tina Asmussen u.a. (Hg.), *Materialized Histories. Eine Festschrift 2.0 für Prof. Dr. Susanna Burghartz*, https://mhistories.hypotheses.org/?p=3162, Zugriff: 13.09.2022.

Bühler, Martin/Werron, Tobias, »Zur sozialen Konstruktion globaler Märkte. Ein kommunikationstheoretisches Modell«, in: Andreas Langenohl/Dietmar J. Wetzel (Hg.), *Finanzmarktpublika, Moralität, Krisen und Teilhabe in der ökonomischen Moderne*, Wiesbaden 2014, S. 271–299.

Bühler, Martin, *Von Netzwerken zu Märkten. Die Entstehung eines globalen Getreidemarktes*, Frankfurt am Main/New York, NY 2020.

Engel, Alexander, *Farben der Globalisierung. Die Entstehung moderner Märkte für Farbstoffe 1500–1900*, Frankfurt am Main 2009.

Engel, Alexander, »Selling Indian indigo in traditional and modern European markets, 1780–1910«, in: Hartmut Berghoff/Phil Scranton/Uwe Spiekermann (Hg.), *The rise of marketing and market research*, Houndmills/New York, NY 2012, S. 27–47.

Engel, Alexander, »Buying time: futures trading and telegraphy in nineteenth-century global commodity markets«, in: *Journal of Global History* 10.2 (2015), S. 284–306.

Engel, Alexander, »›Commodities may not be nominall but substantiall & reall in all their kinde‹: Die Konstruktion von Farbstoffvarietäten, 1700–1900«, in: Robert Salais/Marcel Streng/Jakob Vogel (Hg.), *Qualitätspolitiken und Konventionen. Die Qualität der Produkte in historischer Perspektive*, Wiesbaden 2019, S. 73–96.

Engel, Alexander, »Konzepte ökonomischer Konkurrenz in der longue durée. Versprechungen und Befürchtungen«, in: Karin Bürkert u.a. (Hg.), *Auf den Spuren der Konkurrenz. Kultur- und sozialwissenschaftliche Perspektiven auf Wettbewerb und Wetteifer*, Münster 2019, S. 45–85.

Engel, Alexander, »Die Globalität von Gütern und ihre Ökonomien, 1450–1900«, in: Christian Kleinschmidt/Jan Logemann (Hg.), *Konsum im 19. und 20. Jahrhundert*, Berlin 2021, S. 115–136.

Engel, Alexander, *Risikoökonomie. Eine Geschichte des Börsenterminhandels*, Frankfurt am Main 2021.

González Athenas, Muriel, *Kölner Zunfthandwerkerinnen 1650–1750. Arbeit und Geschlecht*, Kassel 2014.

González Athenas, Muriel, »Wirtschaftsstrategien Kölner Handwerkerinnen und Kauffrauen in der Frühen Neuzeit«, in: Ingrid Artus u.a. (Hg.), *Arbeitskonflikte sind Geschlechterkämpfe. Sozialwissenschaftliche und historische Perspektiven*, Münster 2020, S. 120–135.

González Athenas, Muriel, »Handlungsspielräume von Kölner Zunfthandwerkerinnen in der Frühen Neuzeit«, in: Eva Jullien/Michel Pauly (Hg.), *Craftsmen and guilds in the medieval and early modern periods*, Stuttgart 2016, S. 125–141.

González Athenas, Muriel, »Nahrung und Gemeinnutz. Wirtschaftsstrategien zwischen Zunft und Markt«, in: Guillaume Garner (Hg.), *›Eigennutz‹ und ›gute Ordnung‹. Ökonomisierungen der Welt im 17. Jahrhundert*, Wiesbaden 2016, S. 531–547.

Jeggle, Christof, »Nahrung und Markt in Ökonomien städtischer Gewerbe in der Frühen Neuzeit. Methodische Überlegungen am Beispiel des Leinengewerbes in Münster/Westfalen«, in: Robert Brandt/Thomas Buchner (Hg.), *Nahrung, Markt oder Gemeinnutz. Werner Sombart und das vorindustrielle Handwerk*, Bielefeld 2004, S. 95–131.

Jeggle, Christof, *Leinen aus Münster/Westfalen im 16. und 17. Jahrhundert*, Diss. Freie Universität Berlin 2009, Dissertationen Online, Berlin: Dokumentenserver 2014, urn:nbn:de:kobv:188-fudissthesis000000098023-3, https://refubium.fu-berlin.de/handle/fub188/5889, Zugriff: 13.09.2022.

Jeggle, Christof, »Ressourcen, Märkte und die Ökonomie sozialer Beziehungen«, in: Gabriele Jancke/Daniel Schläppi (Hg.), *Ökonomie sozialer Beziehungen. Ressourcenbewirtschaftung als Geben, Nehmen, Investieren, Verschwenden, Haushalten, Horten, Vererben, Schulden*, Stuttgart 2015, S. 65–88.

Jeggle, Christof, »Luxus, Kunst und Ökonomie«, in: ders. u.a. (Hg.), *Luxusgegenstände und Kunstwerke vom Mittelalter bis zur Gegenwart. Produktion – Handel – Formen der Aneignung*, Konstanz 2015, S. 513–534.

Jeggle, Christof, »Labelling with numbers? Weavers, merchants and the valuation of linen in seventeenth-century Münster«, in: Bert De Munck/Lyna Dries (Hg.), *Concepts of value in European material culture, 1500–1900*, Farnham 2015, S. 33–55.

Jeggle, Christof, »Die Konstituierung von Märkten. Soziale Interaktion, wirtschaftliche Koordination und materielle Kultur auf vorindustriellen Märkten«, in: *Annales Mercaturae* 2 (2016), S. 7–32.

Jeggle, Christof, »Les courtiers sur les marches de Nürnberg«, in: Vincent Demont/Anne Wegener Sleeswijk/Mathieu Scherman (Hg.), *Le pouvoir des courtiers. Univers marchand et acteurs du courtage en Europe (XIVe–XVIIIe s.)*, Paris 2018, S. 87–112.

Karstens, Simon, *Lehrer – Schriftsteller – Staatsreformer. Die Karriere des Joseph von Sonnenfels (1733–1817)*, Wien/Köln 2011.

Karstens, Simon, *Gescheiterte Kolonien – erträumte Imperien. Eine andere Geschichte der europäischen Expansion 1492–1615*, Wien/Köln 2021.

Karstens, Simon, *Untergegangene Kolonialreiche – Gescheiterte Utopien in Amerika*, Wien/Köln 2022.

Krämer, Felix, »Schuldendifferenz. Intersektionale Verschränkungen zwischen Geschlecht und Ökonomie in der US-Zeitgeschichte«, in: *L'Homme. Europäische Zeitschrift für feministische Geschichtswissenschaft* 27.1 (2016), S. 91–104.

Krämer, Felix, »Versklavung, Enteignung, Schuldknechtschaft«, in: Alexander Engel/Eva Brugger (Hg.), Koloniales Wirtschaften, 15. – 21. Jahrhundert (Handbücher zur Wirtschaftsgeschichte), Berlin [in Vorbereitung].

Kramper, Peter, *The Battle of the Standards. Messen, Zählen und Wiegen in Westeuropa 1660–1914*, Berlin/Boston, MA 2019.

Lang, Heinrich, *Cosimo de' Medici, die Gesandten und die Condottieri. Diplomatie und Kriege der Republik Florenz im 15. Jahrhundert*, Paderborn u.a. 2009.

Lang, Heinrich, *Wirtschaften als kulturelle Praxis. Die Florentiner Salviati und die Augsburger Welser auf den Märkten in Lyon* (1507–1559), Stuttgart 2020.

Lang, Heinrich, *Internationale Kapital- und Warenmärkte, transalpiner Handel und Herrscherfinanzen. Die Kooperation zwischen den Handelsgesellschaften der Welser und den Florentiner Kaufmannbankiers der Salviati-Gruppe*, Stuttgart 2021.

Lang, Heinrich, »Economic History«, in: Mieke Roscher/André Krebber/Brett Mizelle (Hg.), *Handbook of historical animal studies*, Berlin/Boston, MA 2021, S. 181–195.

Meierhofer, Christian, *Alles neu unter der Sonne. Das Sammelschrifttum der Frühen Neuzeit und die Entstehung der Nachricht*, Würzburg 2010.

Meierhofer, Christian, »Erwartungsumschwünge. Zu Medienkonkurrenzen und Gegenwartsbezügen in der Frühen Neuzeit«, in: *Deutsche Vierteljahrsschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte* 90.1 (2016), S. 3–31.

Meierhofer, Christian, »Die Fülle der Dinge. Überlegungen zum Zusammenspiel von *copia* und *delectatio* im frühneuzeitlichen Literatur- und Nachrichtendiskurs«, in: *Daphnis* 44.3 (2016), S. 294–319.

Meierhofer, Christian, »Von Ehesachen. Soziale Ordnung, familiäres Haushalten und erzählerische Ökonomie im 16. Jahrhundert«, in: *Zeitsprünge* 22.1/2 (2018), S. 109–137.

Meierhofer, Christian, »Extempore und Ratio Status. Begründungspraktiken der Theaterzensur im frühen 18. Jahrhundert«, in: Nikola Roßbach/Florian Gassner (Hg.), *Jahrbuch für Internationale Germanistik*, Reihe A, 136 (2020): *Zensur vom 16. bis zum 18. Jahrhundert. Begriffe, Diskurse, Praktiken*, S. 165–190.

Meierhofer, Christian, »›Urtheile über Bücher‹. Zur Genese von Literaturkritik und Wertungsgeschichte um 1700«, in: Sven Bordach u.a. (Hg.), *Zwischen Halbwertszeit und Überzeitlichkeit. Stationen einer Wertungsgeschichte literarischer Gegenwartsbezüge*, Hannover 2021, S. 111–136.

Meierhofer, Christian/Spiekermann, Björn, »Briefpublizistik der Frühen Neuzeit. Historische und systematische Überlegungen.«, in: *Daphnis* 50.2/3 (2022), S. 191–218.

Neu, Tim, »Die Ambivalenz der Aneignung. Möglichkeiten und Grenzen diskursiven Handelns in vormodernen Verfassungskonflikten«, in: Lucas Haasis/Constantin Rieske (Hg.), *Historische Praxeologie. Dimensionen vergangenen Handelns*, Paderborn 2015, S. 55–62.

Neu, Tim, »Koordination und Kalkül. Die *Économie des conventions* und die Geschichtswissenschaft«, in: *Historische Anthropologie* 23.1 (2015), S. 129–147.

Neu, Tim, »Accounting things together. Die Globalisierung von Kaufkraft im British Empire um 1700«, in: Debora Gerstenberger/Joël Glasman (Hg.), *Techniken der Globalisierung. Globalgeschichte meets Akteur-Netzwerk-Theorie*, Bielefeld 2016, S. 41–66.

Neu, Tim, »Geld gebrauchen. Frühneuzeitliche Finanz-, Kredit- und Geldgeschichte in praxeologischer Perspektive«, in: *Historische Anthropologie* 27.1 (2019), S. 75–103.

Neu, Tim, »ANT als geschichtswissenschaftlicher Ansatz, oder: Kurzreiseführer für eine flache Wirklichkeit voller Assoziationen, Handlungsträger und Textlabore«, in: Marian Füssel/ders. (Hg.), *Akteur-Netzwerk-Theorie und Geschichtswissenschaft*, Paderborn 2021, S. 27–72.

Neu, Tim, »Glocal Credit. Die britische Finanzlogistik als fraktales Phänomen am Beispiel des Siebenjährigen Krieges«, in: Marian Füssel (Hg.), *Der Siebenjährige Krieg 1756–1763. Mikro- und Makroperspektiven*, Berlin/Boston, MA 2021, S. 75–93.

Neu, Tim, »Military money men: the toils of entanglement and the business model of Harley & Drummond, Remittance Contractors«, in: André Holenstein/Philippe Rogger Officers (Hg.), *Entrepreneurs, career migrants and diplomats: military entrepreneurs in the Early Modern Era*, Leiden/Boston, MA [in Vorbereitung].

Ressel, Magnus, »Von der Bedeutungslosigkeit an die Spitze: Die Händler der süddeutschen Reichsstädte in Lyon im 18. Jahrhundert«, in: Sigrid Hirbodian/Edwin E. Weber (Hg.), *Von der Krise des 17. Jahrhunderts bis zur frühen Industrialisierung. Wirtschaft in Oberschwaben 1600–1850*, Stuttgart 2022, S. 289–321.

Ressel, Magnus, »Volatilität und Innovativität. Die deutsch-lombardischen Handelsbeziehungen in der Langzeitperspektive vom 15. bis ins 19. Jahrhundert«, in: ders./Ellinor Schweighöfer (Hg.), *Heinrich Mylius (1769–1854) und die deutsch-italienischen Verbindungen im Zeitalter der Revolution. Die Lombardei und das nordalpine Europa im frühen 19. Jahrhundert*, Stuttgart 2021, S. 29–71.

Ressel, Magnus, »Von reichsstädtischen Kommissionären zu europäischen Unternehmern. Die deutschen Händler in Venedig im 18. Jahrhundert«, in: *Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte* 107.2 (2020), S. 163–193.

Ressel, Magnus, »The global presence of merchants from the German Empire: linking the continental overland and seaborne trade«, in: Margrit Schulte Beerbühl/Heike Knortz (Hg.), *Migrationsforschung – interdisziplinär und diskursiv. Internationale Forschungserträge zu Migration in Wirtschaft, Geschichte und Gesellschaft*, Göttingen 2021, S. 239–270.

Ressel, Magnus, »Karl von Zinzendorf's memorandum on Milan and the liberalization of trade in Austrian Lombardy in the second half of the 18th century«, in: Alessandra Dattero (Hg.), *Milano città d'acqua e di ferro*, Mailand 2019, S. 143–161.

Ressel, Magnus, »La Nazione Olandese-Alemanna di Livorno e il suo ruolo nel sistema mercantile europeo del XVIII secolo«, in: Andrea Adobbati/Marcella Aglietti (Hg.), *La città delle nazioni. Livorno e i limiti del cosmopolitismo*, Pisa 2016, S. 309–335.

Ressel, Magnus, *Protestantische Händlernetze im langen 18. Jahrhundert. Die deutschen Kaufmannsgruppierungen und ihre Korporationen in Venedig und Livorno von 1648 bis 1806*, Göttingen 2021.

Scholten, Friederike, »Gutsbesitzer zwischen Repräsentation und Wirtschaftsführung. Das Gut Nordkirchen in Westfalen im 18. und 19. Jahrhundert«, in: *Virtus* 24 (2017), S. 105–128.

Scholten-Buschhoff, Friederike, *Verkaufen – Verschenken – Lagern*, Diss. Münster 2020.

Scholten-Buschhoff, Friederike, »Landlords as rational investors? Grain storage on noble manors in the Rhineland area, 1650–1850«, in: Wouter Ronsijn/Niccolò Mignemi/Laurent Herment (Hg.), *Stocks, seasons and sales: food supply, storage and markets in Europe and the New World, c. 1600–2000*, Turnhout 2019, S. 19–36.

Scholten-Buschhoff, Friederike, »Der adelige Gutsbesitzer als Getreidehändler. Rheinland und Westfalen, 18. – 19. Jahrhundert«, in: *Zeitschrift für Agrargeschichte und Agrarsoziologie* 67.2 (2019), S. 91–109.

Autorinnen und Autoren

Tina Asmussen ist Juniorprofessorin für frühneuzeitliche Bergbaugeschichte an der Ruhr-Universität Bochum und Leiterin des Forschungsbereiches Bergbaugeschichte am Deutschen Bergbau-Museum Bochum. Sie forscht zur Geschichte von (Geo-)Ressourcen aus wissens- und umwelthistorischer Perspektive zwischen dem 16. und 18. Jahrhundert. Beigetragen hat sie zum Fragment →Prognostizieren.

Christina Brauner ist Juniorprofessorin für Globalgeschichte des Spätmittelalters und der Frühen Neuzeit an der Universität Tübingen. Sie forscht zu Handelskompanien als diplomatischen Akteuren, zur Wirtschafts- und Rechtsgeschichte sowie zur food history – und tut dies mit Vorliebe epochenübergreifend und theorieorientiert. Aktuell arbeitet sie an einer zweiten Monografie zu Praktiken der Werbung in der Frühen Neuzeit und denkt über Grenzarbeiten am ökonomischen Feld nach. Hier hat sie zu den Fragmenten →Bewerben und →Verlosen, verschießen, versteigern beigetragen.

Eva Brugger ist SNF-Ambizione-Stipendiatin an der Universität Zürich. Sie forscht zur Geschichte der Nachhaltigkeit, der Geschichte des Kapitalismus und zu materieller Kultur. Im Augenblick arbeitet sie an ihrem zweiten Buch zu globalen Ressourcen, Konsum und Kolonialismus im 17. Jahrhundert. In diesem Buch hat sie beigetragen zu den Fragmenten →Form finden, →Gewinne begrenzen, →Kaufen, →Zugang finden sowie zu →Einführung und →Schluss.

Alexander Engel ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Departement Geschichte der Universität Basel und Privatdozent an der Universität Göttin-

gen. Im Rahmen eines größeren Projekts beschäftigt er sich derzeit mit digitalen Methoden, Anzeigen als Massendaten und den Austauschbeziehungen in der Basler Stadtgesellschaft zwischen 1730 und 1850. Zu seinen Schwerpunkten zählen die Geschichte des Kapitalismus, des ökonomischen Denkens und Wissens sowie von Globalisierung und kolonialen Ökonomien. Beigetragen hat er hier zu den Fragmenten →Bewerben, →Form finden, →Preisbildung beeinflussen, →Reibereien vorbeugen, →Verlosen, verschießen, versteigern sowie zu →Einführung und →Schluss.

Muriel González Athenas ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Geschichtswissenschaften und Europäische Ethnologie und am Center Interdisziplinäre Geschlechterforschung an der Universität Innsbruck. Zu ihren Schwerpunkten zählen die Geschlechterverhältnisse in der Wirtschaftskulturgeschichte der Frühen Neuzeit, Europakonstruktionen in Kartenwerken des 18. bis 19. Jahrhunderts und die Geschichte feministischer Ökonomien. Sie trägt hier zum Fragment →Produzieren und argumentieren bei.

Christof Jeggle ist Historiker in Bamberg und erforscht mit sozialwissenschaftlichen Methoden frühneuzeitliche Märkte. Er war als wissenschaftlicher Mitarbeiter zuletzt in Projekten zu gewerblicher Produktion und Warenhandel, zu ökonomischen Privilegien, zur Gewinnung von Bauholz, zur Handelsgerichtsbarkeit und zur digitalen Analyse eines Anzeigenblatts tätig und bereitet Projekte zu Transport und Infrastruktur vor. Im vorliegenden Band beigetragen hat er zu den Fragmenten →Reibereien vorbeugen, →Zugang finden sowie zu →Einführung und →Schluss.

Simon Karstens ist Privatdozent an der Universität Trier, wo er derzeit die Professur für Geschichte der Frühen Neuzeit vertritt, und unterrichtet Verwaltungsgeschichte an der Hochschule für Archivwissenschaft in Marburg. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören die Geschichte der frühen europäischen Expansion im 16. Jahrhundert und die Geschichte der Aufklärung in Verbindung mit Staatsreform und Staatsbildung im 18. Jahrhundert. Für das vorliegende Werk beteiligte er sich an den folgenden Fragmenten: →Konservieren, →Marktwissen drucken, →Privilegieren oder boykottieren, →Verbieten und verknappen und →Zugang finden.

Felix Krämer ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und Independent Postdoc am Historischen Seminar der Universität Erfurt im Bereich Neuere und

Nordamerikanische Geschichte. Er ist beteiligt am Sonderforschungsbereich 294 »Strukturwandel des Eigentums«, arbeitet an einer Geschichte der Verschuldung in den USA und seine Schwerpunkte liegen in der Kapitalismusgeschichte. Im vorliegenden Band hat er beigetragen zu den Fragmenten →Produzieren und argumentieren und →Verbriefen.

Peter Kramper ist Professor für Allgemeine Geschichte unter besonderer Berücksichtigung der Wirtschaftsgeschichte an der Universität Bielefeld. Er arbeitet zur Geschichte des Messens und der Standardisierung, zur Geschichte des Wohnens und der Immobilienmärkte sowie zu Industrialisierung, Kapitalismus und langfristiger wirtschaftlicher Entwicklung. In diesem Band hat er beigetragen zum Fragment →Gewinne begrenzen.

Heinrich Lang ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und Privatdozent an der Universität Leipzig. In verschiedenen Forschungsprojekten beschäftigt er sich mit spätmittelalterlicher und frühneuzeitlicher Buchführung, Vermögensbildung in verwandtschaftlichen Netzwerken, der Konstituierung von Märkten, den Herrscherfinanzen und der Kriegsfinanzierung, den Dynamiken der europäischen Messen sowie der Kulturgeschichte der Renaissance. Im vorliegenden Band hat er zu den Fragmenten →Buchführen, →Transportieren und →Verbriefen beigetragen.

Christian Meierhofer ist Privatdozent mit einer Heisenberg-Stelle der DFG am Institut für Germanistik, Vergleichende Literatur- und Kulturwissenschaft der Universität Bonn. Er vertritt derzeit die Professur für Neuere deutsche und allgemeine Literaturwissenschaft am Karlsruher Institut für Technologie. Aktuell arbeitet er an einem Buch zur Dramen- und Theaterkultur zwischen Barock und Frühaufklärung. Seine Schwerpunkte liegen im Bereich der deutschen Literatur-, Medien- und Wissensgeschichte im europäischen Kontext. In diesem Band hat er beigetragen zu den Fragmenten →Marktwissen drucken, →Terminieren und koordinieren und →Verbieten und verknappen.

Tim Neu ist Assistenzprofessor am Institut für Geschichte der Universität Wien. Im Rahmen eines größeren Projekts beschäftigt er sich derzeit mit der Entstehung der modernen Staatsverschuldung im Spannungsfeld von imperialer Expansion und Geldgebrauchspraxis im langen 18. Jahrhundert. Zu seinen Schwerpunkten zählen Geld-, Kredit- und Finanzgeschichte, die Ge-

schichte europäischer Verfassungsordnungen sowie Theorien und Methoden der Geschichtswissenschaften. Beigetragen hat er hier zu den Fragmenten →Gewinne begrenzen, →Kaufen, →Preisbildung beeinflussen sowie zu →Einführung und →Schluss.

Magnus Ressel ist Resident Fellow am Deutschen Historischen Institut Paris. Er hat seine Habilitationsschrift zu deutschen Händlergruppierungen und deren Korporationen in Venedig und Livorno im 17. und 18. Jahrhundert verfasst. Derzeit verfasst er eine Biografie über den bedeutendsten deutschen, seit 1755 in Brüssel wohnhaften Kolonial- und Sklavenhändler des 18. Jahrhunderts, Friedrich von Romberg (1729–1819). Zu seinen Schwerpunkten zählen die Wirtschafts- und Handelsgeschichte, die Erforschung von historischen Formen unfreier Arbeit sowie Institutions- und Kulturkontakttheorien. Beigetragen hat er hier zu den Fragmenten →Buchführen, →Privilegieren oder boykottieren, →Terminieren und koordinieren und →Transportieren.

Friederike Scholten-Buschhoff ist hauptberuflich Analystin für Pflanzenschutzmärkte und freiberufliche Historikerin, ehemals an der Universität Münster. Davor war sie als Mitarbeiterin an Projekten rund um die Bewirtschaftung adeliger Güter tätig – mit dem Schwerpunkt von Boden- und Getreidemärkten. Ihre Schwerpunkte liegen in der Geschichte der Landwirtschaft und des Landadels. Beigetragen hat sie zu den Fragmenten →Konservieren, →Prognostizieren und →Preisbildung beeinflussen.